

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE CATERING CON SERVICIO A DOMICILIO ESPECIALIZADO
EN DIETAS SALUDABLES PARA ADULTOS MAYORES Y PERSONAS CON
RESTRICCIONES ALIMENTARIAS EN LA CIUDAD DE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

ANA CRISTINA BERNAL FLORES
DIRECTOR: MGTR. CHRISTIAN FAJARDO

QUITO, FEBRERO 2015

DIRECTOR:

MGTR.CHRISTIAN FAJARDO

INFORMANTES:

ING. RENE TOLA

ING. RAMIRO SORIA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, quien me dio fortaleza necesaria y la salud para llegar a esta etapa de mi vida y culminar el presente trabajo.

A mis padres Gonzalo y Guadalupe quienes fueron pilar fundamental y motivación para cumplir mis metas.

A mi hermana Belén por su paciencia y su tiempo durante toda mi vida universitaria y en especial para que pueda llegar a culminar satisfactoriamente la tesis.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, a la facultad y a sus profesores, así como amigos y compañeros quienes estuvieron presentes a lo largo de toda mi vida universitaria y me brindaron su apoyo.

Ana Cristina Bernal

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN, 18

1. CATERING, 19

1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL CATERING, 19

1.2. GENERALIDADES DE CATERING, 3

1.3. FUNCIÓN DEL CATERING, 3

1.4. CLASIFICACIÓN DEL CATERING, 4

1.4.1. Catering en Instalaciones, 5

1.4.2. Catering Exterior, 5

1.5. OPERACIONES DEL CATERING, 6

1.5.1. Catering por contrato, 6

1.5.2. Catering mediante licencia, 7

1.5.3. Catering popular, 7

1.5.4. Catering de sistemas, 7

1.5.5. Catering para celebraciones, 8

1.6. CATERING EN EL ECUADOR, 8

1.6.1. Características de la industria, 8

1.6.2. Principales Competidores, 10

1.7. CATERING ESPECIALIZADO, 12

2. ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN, 15

2.1. ALIMENTACIÓN MUNDIAL Y NUTRICIÓN, 15

2.1.1. Situación Actual, 15

2.1.2. Principales Problemas Nutricionales, 18

2.2. ALIMENTACIÓN EN EL ECUADOR, 21

2.2.1. Perfil nutricional en el Ecuador, 21

2.2.2. Principales problemas en el país, 27

2.3. ALIMENTACIÓN ESPECIALIZADA, 31

2.3.1. Alimentación de personas con enfermedades crónicas y alergias, 31

2.3.1.1. Reacciones adversas a alimentos, 31

2.3.1.2. Alimentación para personas con enfermedades, 34

2.3.2. Alimentación para adultos mayores, 34

2.4. MENÚS SALUDABLES, 37

2.4.1. Menús Restricciones Alimenticias, 37

2.4.2. Menús Tercera Edad, 39

3. PLAN ESTRATÉGICO, 41

3.1. BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA, 41

3.1.1. Misión, 41

3.1.2. Visión, 41

3.1.3. Valores y Principios, 41

3.1.4. Objetivos Estratégicos, 43

3.1.4.1. Objetivo General, 43

3.1.4.2. Objetivos Específicos,	43
3.1.5. Cinco Fuerzas competitivas de Porter,	44
3.1.5.1. Amenazas de entrada de nuevos competidores,	44
3.1.5.2. Rivalidad entre competidores,	46
3.1.5.3. Poder de negociación con los clientes,	47
3.1.5.4. Poder de negociación de los proveedores,	48
3.1.5.5. Amenazas de ingreso de productos sustitutos,	49
3.2. LA ORGANIZACIÓN,	50
3.2.1. Organigrama Estructural,	50
3.2.2. Organigrama Funcional,	51
3.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO,	54
3.3.1. Microambiente,	54
3.3.1.1. Clientes,	55
3.3.1.2. Proveedores,	55
3.3.1.3. Competidores,	56
3.3.2. Macroambiente,	57
3.3.2.1. Factores Políticos y Legales,	58
3.3.2.2. Factores Demográficos,	59
3.3.2.3. Factores Sociales y Culturales,	60
3.3.2.4. Factores Económicos,	61
3.3.2.5. Factores Naturales,	63
3.4. ANÁLISIS DEL MERCADO,	63

- 3.4.1. Hábitos de Consumo en el Ecuador, 63
- 3.4.2. Gustos y preferencias de los consumidores, 64
- 3.4.3. Objetivos de la Investigación de Mercado, 65
- 3.4.4. Tamaño de la Muestra, 66
- 3.4.5. Diseño de la Encuesta, 68
- 3.4.6. Diseño de Entrevistas, 68
- 3.4.7. Resultados de la Encuesta, 68
- 3.4.8. Resultados entrevistas, 84
- 3.4.9. Análisis de la Demanda, 87
- 3.4.10. Marketing Mix, 92

4. ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL, 101

4.1. ESTUDIO TÉCNICO, 101

- 4.2.1. Localización (Layout), 101
- 4.2.2. Tamaño, 103
- 4.2.3. Diseño, 104
- 4.2.4. Requerimiento de Insumos y Recursos, 107
- 4.2.5. Cadena de valor, 111
- 4.2.6. Procesos, 114

4.3. ESTUDIO LEGAL, 116

- 4.3.1. Requisitos Legales para el funcionamiento de la Empresa, 116
- 4.3.2. Requisitos de funcionamiento, 116

5. PLAN FINANCIERO, 118

5.1. INVERSIÓN REQUERIDA, 118

5.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO, 122

5.3. PRESUPUESTO DE VENTAS, 123

5.4. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN, 124

5.5. PRESUPUESTO DE GASTOS, 126

5.6. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS, 129

5.6.1. Estado de Situación Financiera Inicial, 129

5.6.2. Estado de Resultado Integral Proyectado, 131

5.6.3. Estado de Situación Financiera Proyectado, 133

5.7. FLUJO DE CAJA, 135

5.8. DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO, 137

5.9. VA (VALOR ACTUAL), 137

5.10. VAN (VALOR ACTUAL NETO), 138

5.11. TIR, 139

5.12. RAZÓN BENEFICIO COSTO, 140

5.13. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN, 141

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 142

6.1. CONCLUSIONES, 142

6.2. RECOMENDACIONES, 145

BIBLIOGRAFÍA, 147

ANEXOS, 149

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 Clasificación del Catering, 6

Gráfico No 2 Relación entre la nutrición y algunas enfermedades humanas, 21

Gráfico No 3 Prevalencia de consumo inadecuado de proteína, 22

Gráfico No 4 Probabilidad de presentar consumo inadecuado de hierro a escala nacional, 23

Gráfico No 5 Probabilidad de presentar consumo inadecuado de zinc a escala nacional, 24

Gráfico No 6 Prevalencia de consumo excesivo de carbohidratos, 25

Gráfico No 7 Prevalencia de consumo excesivo de grasas, 26

Gráfico No 8 Prevalencia Diabetes en población de 10 a 59 años nivel nacional por edad, 28

Gráfico No 9 Prevalencia de la tensión arterial a nivel nacional y por grupos de edad, 29

Gráfico No 10. Características de una dieta saludable, 38

Gráfico No 11. Necesidades alimenticias del adulto mayor, 39

Gráfico No 12 Pirámide de la alimentación para personas mayores de 70 años, 40

Gráfico No 13 Barreras de Entrada, 45

Gráfico No 14 Estrategias utilizadas por Nutrilunch, 47

Gráfico No 15 Organigrama Estructural de la empresa, 50

Gráfico No 16 Factores Microambientales, 54

Gráfico No 17 Factores Macroambientales, 57

Gráfico No 18 Género de los Encuestados, 69

Gráfico No 19 Edades de los Encuestados, 70

Gráfico No 20 Sector donde viven los Encuestados, 70

Gráfico No 21 Respuestas Pregunta 1, 71

Gráfico No 22 Respuestas Pregunta 2, 72

Gráfico No 23 Respuestas Pregunta 3, 73

Gráfico No 24 Respuestas Pregunta 4, 74

Gráfico No 25 Respuestas Pregunta 5, 75

Gráfico No 26 Respuestas Pregunta 6, 76

Gráfico No 27 Respuestas Pregunta 7, 77

Gráfico No 28 Respuestas Pregunta 8, 78

Gráfico No 29 Respuestas Pregunta 9, 79

Gráfico No 30 Respuestas Pregunta 10, 80

Gráfico No 31 Respuestas Pregunta 11, 81

Gráfico No 32 Marketing Mix, 93

Gráfico No 33 Producto y servicio de Nutrilunch, 94

Gráfico No 34 Logo de Nutrilunch, 96

Gráfico No 35 Envases, 97

Gráfico No 36 Pagina de Facebook de Nutrilunch, 99

Gráfico No 37 Barrio ubicación de Nutrilunch, 102

Gráfico No 38 Croquis de Nutrilunch, 103

Gráfico No 39 Diseño de la Planta, 105

Gráfico No 40 Equipamiento, 108

Gráfico No 41 Muebles, 109

Gráfico No 42 Vehículo, 110

Gráfico No 43 Cadena de Valor de Nutrilunch, 114

Gráfico No 44 Flujograma Principal Nutrilunch, 115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No 1 Establecimientos Servicio de Comidas en el país, 9
Tabla No 2 Alimentos que con más frecuencia producen alergia, 32
Tabla No 3 Grupos Quinquenales de edad en la Ciudad de Quito, 67
Tabla No 4 Género de los Encuestados, 68
Tabla No 5 Edades de los Encuestados, 69
Tabla No 6 Respuestas Pregunta 1, 71
Tabla No 7 Respuestas Pregunta 2, 72
Tabla No 8 Respuestas Pregunta 3, 73
Tabla No 9 Respuestas Pregunta 4, 74
Tabla No 10 Respuestas Pregunta 5, 75
Tabla No 11 Respuestas Pregunta 6, 76
Tabla No 12 Respuestas Pregunta 7, 77
Tabla No 13 Respuestas Pregunta 8, 78
Tabla No 14 Respuestas Pregunta 9, 79
Tabla No 15 Respuestas Pregunta 10, 80
Tabla No 16 Respuestas Pregunta 11, 81
Tabla No 17 Respuestas Pregunta 12, 82
Tabla No 18 Respuestas Pregunta 13, 83
Tabla No 19 Cálculo de la Demanda, 89
Tabla No 20 Población Sector Centro Norte de Quito, 89
Tabla No 21 De las Variables Demográficas, 90

Tabla No 22 De la Población por edades de la ciudad de Quito, 90

Tabla No 23 Cálculo de la frecuencia de Compra, 91

Tabla No 24 Cálculo de la Demanda según fórmula, 92

Tabla No 25 Distribución de la Planta Por M2, 104

Tabla No 26 Activos Fijos, 119

Tabla No 27 Tabla Activos Diferidos, 120

Tabla No 28 Capital de Trabajo, 121

Tabla No 29 Total Inversión Requerida, 121

Tabla No 30 Financiamiento Global del Proyecto, 122

Tabla No 31 Ventas Presupuestadas, 123

Tabla No 32 Presupuesto de Producción, 125

Tabla No 33 Presupuestos de Gastos, 126

Tabla No 34 Inflación Proyectada, 126

Tabla No 35 Presupuestos de Gastos Administrativos, 128

Tabla No 36 Estado De Situación Inicial, 130

Tabla No 37 Estado de Resultados Proyectado, 132

Tabla No 38 Estado de Situación Financiera Proyectado, 134

Tabla No 39 Flujo de Caja, 136

Tabla No 40 Calculo de Tasa de Descuento, 137

Tabla No 41 VAN del Proyecto, 139

Tabla No 42 Razón Costo Beneficio, 140

Tabla No 43 Recuperación de la Inversión, 141

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: DIETA PARA PERSONAS CON DIABETES, 149

ANEXO 2: DIETA PARA PERSONAS CON HIPERTENSIÓN, 151

ANEXO 3: DIETA PARA PERSONAS CON OBESIDAD, 153

ANEXO 4: DIETA PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES, 155

ANEXO 5: ENCUESTA, 158

ANEXO 7: DISEÑO ENTREVISTAS, 162

ANEXO 8: ACTIVOS FIJOS, 164

ANEXO 9: CAPITAL DE TRABAJO, 166

ANEXO 10: TABLA AMORTIZACIÓN, 167

ANEXO 11: MANO DE OBRA, 168

ANEXO 12: DEPRECIACION Y AMORTIZACIONES, 169

RESUMEN EJECUTIVO

El servicio de catering en la ciudad de Quito, ha tenido un gran auge en los últimos años, principalmente enfocado en el sector empresarial y social, sin embargo existe un mercado amplio y poco explotado que es el de Catering Especializado, el cual no está cubierto por las empresas existentes de catering.

Existen necesidades insatisfechas de servicio de catering para adultos mayores que requieren de una alimentación específica y para aquellas personas que sufren restricciones alimentarias. Por estas razones se plantea la creación de una empresa de Catering Especializado para la ciudad de Quito, que brinde un servicio completo a domicilio, no solo a personas con intolerancias o adultos mayores, sino también a todas aquellas personas que quieran cuidar su salud mediante una adecuada alimentación.

Para llevar a cabo el plan se dividió en seis capítulos descritos brevemente a continuación:

El capítulo I habla acerca de la industria del catering tanto a nivel mundial como a nivel nacional, incluye temas como antecedentes históricos, funciones del catering, clasificación, y operaciones.

El capítulo II trata de la alimentación y nutrición, se describe la situación alimentaria en la actualidad, así como los principales problemas Nutricionales, la alimentación en el

Ecuador, y datos estadísticos acerca de las enfermedades relacionadas a la nutrición en el país.

El capítulo III, corresponde al plan estratégico de la empresa, donde se incluye misión, visión, objetivos, análisis del entorno, análisis del mercado, estudio de mercado y las conclusiones respectivas.

El Capítulo IV explica los estudios técnicos y legales de NutriLunch, donde se contempla la localización, tamaño y diseño de la planta, cadena de valor y principales procesos. Dentro del estudio legal se encuentran los requisitos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

El Capítulo V incluye el plan financiero con la respectiva evaluación del proyecto, se incluye la inversión necesaria para emprender la empresa, estados financieros, e índices de rentabilidad y liquidez.

En el último capítulo se proponen las conclusiones y las recomendaciones finales del plan de negocio.

INTRODUCCIÓN

El comer saludablemente se está convirtiendo en un hábito practicado por muchas personas en el Ecuador, principalmente en las ciudades más grandes, porque el ritmo de vida que llevan no les permite alimentarse de la mejor manera, ocasionando enfermedades crónicas como la obesidad, la hipertensión y la diabetes, incluso están apareciendo más casos de alergias e intolerancias a ciertos alimentos.

Por ésta razón cada vez un mayor número de personas está concientizando que una apropiada alimentación mejora su nivel de vida y les protege de enfermedades que pudiera ocasionar una dieta desequilibrada.

En la actualidad, en la ciudad de Quito estas nuevas tendencias están en crecimiento ya que existe un amplio mercado de personas que desean cuidar su salud a través de los alimentos que consumen.

Se plantea en el presente trabajo un servicio de catering especializado a domicilio para todas aquellas personas que deseen cuidar su salud mediante la alimentación, a quienes están propensas a adquirir enfermedades, así como para quienes ya las tienen y deseen cuidarse y de igual manera se ofrece el servicio de alimentación para los adultos mayores que requieren de dietas especializadas.

1. CATERING

1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL CATERING

Los antecedentes del catering se remontan a la antigua Grecia y Roma, en donde se provisionaba de alojamiento, alimento y bebidas a los viajeros. En los siglos XI al XV, durante la Edad Media se incrementó el número de viajes tanto de comercio como de peregrinaciones religiosas, que a pesar de tener limitaciones en la comunicación y peligrosidad en las rutas, los viajeros se acomodaban en monasterios o casas particulares, los mismos que se ofrecían como posadas de descanso para pasar la noche. En el vestíbulo de dichos lugares se brindaba comida local y posteriormente el lugar servía como habitación. En la misma época aparecieron las tabernas en Europa, que eran lugares típicos de la comunidad en donde se servía alimentos y bebidas. (Eunice Taylor, 2001)

Siglos más tarde, en el XVI al XVIII, aparece un nuevo medio de transporte que era la diligencia o conocida también como carruaje, lo que impulsó los viajes de mayores distancias, mejorando así el comercio en especial las fondas comerciales, que eran lugares donde se expendían alimentos, esto se debió también a la mayor capacidad económica de la población ya que en aquellas épocas se dio la Revolución Industrial.

En Europa se introdujo el chocolate y el café en el siglo XVI, bebidas exóticas condenadas en varios lugares por ser nocivos. Sin embargo crecieron los restaurantes y cafeterías donde se vendían dichos productos.

En el siglo XIX, aparece el ferrocarril, dando como resultado el incremento de viajes cada vez más lejanos, es así como van apareciendo los grandes hoteles. A finales de siglo, los clubes, hoteles y algunos restaurantes independientes ofrecían comidas. Dichos lugares eran para clientes de clase alta, ya que eran sofisticados y caros. De esta manera se impulsó la comida fuera de casa evolucionando así la industria del catering. Poco a poco aumentó la demanda de estos sitios para comer volviéndose más económicos y asequibles a toda la gente.

En el siglo XX con la primera y segunda guerra mundial se incrementaron las cantinas industriales, así como los comedores comunitarios. Hoteles y restaurantes fueron utilizados por las tropas. Desde la segunda guerra mundial, la industria del catering ha experimentado grandes avances como el catering masivo, comida rápida y de especialidades. (Eunice Taylor, 2001)

Los primeros barcos en utilizar el servicio de catering fueron los buques mercantes y más tarde se ofrecía el servicio de alimentación dentro de los aviones a los pasajeros, de esta manera el término “catering” fue usándose con mayor frecuencia.

Toda la evolución del catering empezó a requerir poco a poco de un staff de cocina propia y especializada que resolviera el problema de la alimentación en contextos específicos.(Cuervo, 2013)

1.2. GENERALIDADES DE CATERING

La palabra “catering” es un vocablo que proviene de la lengua inglesa e indica la acción de brindar servicio de abastecimiento de comidas y bebidas tanto aérea, como terrestre (banquetes, recepciones, escuelas, hospitales, etc.) (Jesus Felipe Gallego, 2008)

El catering es una industria llamada también la industria de la hospitalidad, la cual proporciona alimentos, bebidas y, en determinadas secciones, alojamiento a personas en escuelas, hospitales, centros de trabajo y durante el ocio. (Ronald Kinton, 2000)

1.3. FUNCIÓN DEL CATERING

La función de la industria del catering es la de proporcionar alimentos y bebidas en cualquier momento del día o de la noche a personas de todas las edades, razas, creencias y de toda procedencia. (Ronald Kinton, 2000)

Al tratarse de una industria enfocada al servicio, el catering debe intentar identificar y satisfacer los requisitos del cliente. Tanto en viajes de negocios y placer el número de visitantes es cada vez mayor, así como sus preferencia al momento de comer. Las diferentes razas y creencias tienen exigencias sociales, culturales y religiosas, reflejan también la solicitud de cierto tipo de alimentos o platos. (Ronald Kinton, 2000)

En el mundo cada vez más globalizado en el que vivimos en el cual las comunicaciones y los medios forman parte importante en la vida de los seres humanos, es de mayor importancia conocer los requisitos sociales, culturales y religiosos de otras sociedades. Las costumbres sociales imponen el consumo de ciertos alimentos o platos, debido a hechos religiosos tales como ayunos o fiestas. No es lo mismo la alimentación de un país que de otro, incluso dentro del mismo existen diferencias abismales en cuanto a la alimentación. Es por esta razón que la industria debe ser conocedora de las costumbres y tradiciones dentro de un medio porque puede ser determinante al momento del éxito o fracaso de un negocio.

La situación geográfica impone lo que constituye una dieta nacional, así mismo como algunas personas se limitan a una dieta vegetariana ya sea por imposiciones religiosas, por razones éticas o por su bienestar físico simplemente. El conocimiento de los alimentos que necesitan las personas y la forma de proporcionárselos es responsabilidad de quienes trabajan en la industria del catering.

El catering refleja los hábitos alimenticios, la historia, costumbres, tabúes de la sociedad en que se desarrolla, por eso es de vital importancia que quienes se dedican a la industria permanezcan en constante estudio y actualización.

1.4. CLASIFICACIÓN DEL CATERING

Existen varias clasificaciones del catering dependiendo del tipo de establecimiento, del tipo de servicio que brinda, del tamaño, de la función, etc. Pero las principales son las siguientes disciplinas:

1.4.1. Catering en Instalaciones

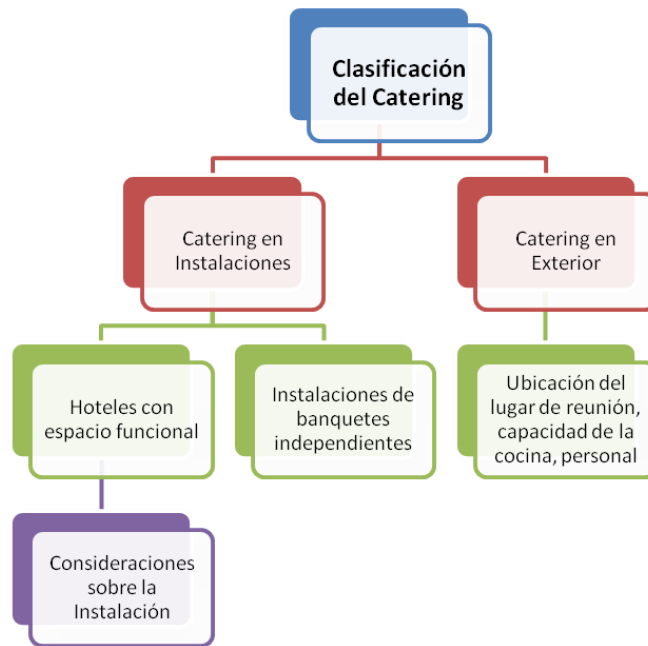
Una instalación es un hotel, una sala de banquetes, un centro de convenciones y cualquier otro lugar de reunión que tiene un espacio que puede utilizar una organización, por lo tanto el catering en instalaciones es la disciplina en la que una instalación proporciona comida y/o bebida así como apoyo logístico a una organización que necesita espacio funcional en esa instalación. (Ismail, 2010)

El catering en instalaciones se diferencia del catering en exteriores en que se debe maximizar el espacio de la manera más eficiente, este aspecto es parte fundamental porque de esto depende la generación de sus ingresos.

1.4.2. Catering Exterior

Es la disciplina en la que una instalación proporciona alimento/bebida, el apoyo logístico necesario y el servicio a una organización o a personas en un lugar de reunión diferente del de la instalación. (Ismail, 2010)

El funcionamiento del catering en exteriores debe ser flexible y adaptable, dado que los proveedores no tienen espacios fijos para utilizar.

Gráfico No 1 Clasificación del Catering

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

1.5. OPERACIONES DEL CATERING

Existen varias vías alternativas para poner a funcionar una empresa de catering, son las siguientes:

1.5.1. Catering por contrato

Es un sistema por el que las necesidades de catering son contratadas con una empresa externa de catering. Por ejemplo, las empresas que proporcionan alimentación a sus empleados establecen convenios con contratistas de catering para que lleven a cabo la operación, tanto la preparación como el servicio o dentro de la empresa, o en muchos casos

las empresas de catering sólo proporcionan la comida y el servicio es realizado por el cliente. Éste tipo de operación tiene mayor difusión debido a que las empresas e instituciones optan por brindar este servicio a sus empleados o usuarios, porque es más conveniente ya que ahorran recursos.

1.5.2. Catering mediante licencia

Una licencia es una concesión comercial por la que un minorista obtiene generalmente derecho exclusivo para vender al por menor los productos de una gran empresa o de distribuir sus servicios. La empresa grande es la que controla el diseño y la calidad.

1.5.3. Catering popular

Este tipo de catering describe puntos de venta orientados hacia un mercado masivo. Está asociado muchas veces a la comida rápida.

1.5.4. Catering de sistemas

Se trata de aquella operación que es planificada, organizada y costeadada de principio a fin y es orientada hacia un mercado específico. Este tipo de catering tiene una gran variedad de aplicaciones

1.5.5. Catering para celebraciones

Se lo realiza en los hoteles y restaurantes que disponen de instalaciones independientes destinadas para realizar banquetes en celebraciones especiales como: bodas, cocteles, bailes, promociones de empresas, conferencias, recepciones, etc. Requiere de gran habilidad organizativa e improvisación en caso de que el catering sea externo. (Eunice Taylor, 2001)

1.6. CATERING EN EL ECUADOR

1.6.1. Características de la industria

El sector de los servicios es una industria que ha tenido un amplio desarrollo en los últimos años en nuestro país, contribuyendo al crecimiento de la economía nacional que incluye áreas como la restauración, hotelería y servicios de alimentación.

En la industria hotelera se popularizó la palabra “catering” en el año 1958 cuando se creó el primer establecimiento hotelero de lujo en la ciudad de Quito (Enríquez), los mismos que han estado en un constante crecimiento debido tanto al aumento poblacional de las últimas décadas como la cultura y nuevas costumbres, las mismas que van generando nuevas necesidades, muchas de ellas no son totalmente suplidas por las empresas de catering actuales.

En la actualidad, en nuestro país existen alrededor de 200 empresas de catering, es decir de servicio de comidas basados en acuerdos contractuales con el cliente para determinados eventos como (banquetes, bodas y otras celebraciones) en la localización especificada por el cliente. Existen 9 empresas contratistas que ofrecen el servicio de comidas. Dichas empresas manejan sus servicios en diferentes ciudades del país.

Tabla No 1 Establecimientos Servicio de Comidas en el país

Establecimientos		Total de establecimientos
Actividad Principal a seis Dígitos CIU	Restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera.	33.938
	Servicio de comidas basado en acuerdos contractuales con el cliente para un evento (banquetes, bodas, fiestas y otras celebraciones, buffet) en la localización especificada por el cliente (abastecedores de eventos).	191
	Actividades de contratistas de servicio de comidas (por ejemplo, para compañías de transporte catering).	9

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: INEC

Nuevas necesidades así como los nuevos estilos de vida dentro de la ciudad de Quito han ocasionado que despunte la industria alimenticia, generando una amplia oferta de servicios para diversos tipos de consumidores.

En la ciudad de Quito, varias empresas han empezado el negocio de elaboración de alimentos para múltiples tipos de clientes como empresas, instituciones, hospitales, etc.

1.6.2. Principales Competidores

Dentro de los principales competidores se encuentran grandes empresas como:

- ❖ Grupo Barlovento, empresa con 43 años de experiencia, brinda servicios de catering enfocado únicamente a eventos sociales y empresariales dentro del país. Es una de las empresas más grandes de la industria del catering en el Ecuador. Se encuentra ofreciendo servicio a nivel nacional. Principalmente en ciudades grandes como Quito, Guayaquil y Cuenca.
- ❖ Consorcio Don Perignon, empresa para organización, planificación de eventos, servicios de catering para eventos sociales y empresariales dentro del país. Esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Quito.
- ❖ Banquetes Laffayette, organización de eventos y servicio de catering tanto sociales como corporativos. Ofrece sus servicios en la ciudad de Quito.

- ❖ Gourmet FoodService, empresa de alimentación dirigida especialmente al catering empresarial dentro de la ciudad de Quito. Su planta está ubicada en la misma ciudad.
- ❖ Caterpremier, es una empresa proveedora de servicios de alimentación a proyectos dentro del país a nivel corporativo e industrial y ofrece su servicio a todo el Distrito Metropolitano.
- ❖ Catering Express, empresa prestadora de servicios de alimentación, principalmente en el área empresarial (banca y farmacéuticas). Ofrece servicios exclusivos en Quito.

Cada una de dichas empresas brinda servicios de alimentación en Quito y sus alrededores. Sin embargo no existen empresas que ofrezcan el servicio especializado, enfocado a personas de tercera edad, con enfermedades o a quienes deseen cuidar su salud con una dieta diferente a las que ya se ofrecen.

Hay muy pocas empresas pequeñas que brindan servicio de alimentos de dieta a domicilio como:

- ❖ Delidiet
- ❖ Scarsdale

Dichas empresas ofertan menús enfocados únicamente a personas que quieren perder peso y no ofertan alimentación para aquellas personas que necesitan de dietas específicas por una determinada situación de salud o para la tercera edad. Sin embargo, la demanda de este tipo de menú saludable es muy extensa, frente a las limitadas opciones que ofrecen estas empresas.

1.7. CATERING ESPECIALIZADO

El servicio de catering en la ciudad de Quito, ha tenido un gran auge en los últimos años, principalmente enfocado en el sector empresarial y para todo tipo de eventos sociales, sin embargo existe un mercado amplio y muy poco explotado que es el de Catering Especializado con servicio a domicilio, el cual no está cubierto por las empresas existentes de catering.

Existen necesidades insatisfechas de servicio de catering para adultos mayores que requieren de una alimentación específica para su edad y para aquellas personas que sufren restricciones alimentarias, quienes requieren de una determinada dieta acorde a su estado de salud.

No existe una cultura nutricional en el país para personas de la tercera edad, muchos desconocen los alimentos que necesitan en su dieta. De seguir con dicho desconocimiento se corre el riesgo de que exista desnutrición, o por ende enfermedades que pongan en riesgo la salud de los adultos mayores.

En lo que respecta a las restricciones alimentarias, el país no cuenta con lugares en donde se prepare comidas específicas para el grupo de personas anteriormente mencionado. Por cuanto, no existe un catering que brinde el servicio a personas con alergias, intolerancias o enfermedades.

En muchas ocasiones las personas que sufren de estas patologías deben consumir alimentos contaminados por aquellos componentes que tienen prohibido consumir, poniendo en grave riesgo su salud (preservantes, condimentos, colorantes, etc.), o simplemente se alimentan de la comida preparada para el resto de personas, agravando incluso su enfermedad.

Hoy en día, la gran mayoría de personas con un estilo de vida saludable se preocupan cada vez más por el cuidado de su estado físico y su salud, ya no compran comida rápida porque su consumo esporádico o permanente les hace daño, y por esta razón buscan opciones saludables que estén a su alcance.

Por estas razones, se plantea la creación de una empresa de Catering Especializado para dichos sectores de la ciudad, que les brinde un servicio completo a domicilio, no solo a personas con intolerancias o adultos mayores, sino también a todas aquellas personas que quieran cuidar su salud mediante una adecuada alimentación que les brinde los nutrientes adecuados y mejore su calidad de vida.

De seguir con la demanda insatisfecha para estos grupos de personas, este nicho de mercado será cubierto por competidores de catering existentes en la

ciudad que puedan llegar a ofrecer servicios similares, lo cual conlleva a que el consumidor opte por adquirir servicios que no satisfacen por completo sus necesidades.

Por lo tanto, para la creación de esta empresa de Catering Especializado es importante conocer la demanda insatisfecha, así como la aceptación que tendrán los potenciales clientes para esta nueva empresa de catering.

La propuesta de negocios también intentará definir atributos esenciales que los clientes deseen obtener en dicho servicio, como el valor agregado de servicio a domicilio para personas que lo deseen tanto en hogares como en lugares de trabajo. De esta manera se propondrá analizar siempre los requerimientos de los clientes del segmento de mercado a estudiar.

2. ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN

2.1. ALIMENTACIÓN MUNDIAL Y NUTRICIÓN

2.1.1. Situación Actual

A lo largo de la historia la nutrición no era tomada en cuenta sino hasta hace unos 400 años atrás, en que se empezó a relacionar las enfermedades del ser humano con las carencias nutricionales, y desde entonces la nutrición forma parte importante al momento del análisis y estudio de enfermedades.

La nutrición ha ido avanzando a lo largo de los años y es en los últimos tiempos en que las personas han ido tomando conciencia de la importancia de poner en práctica buenas costumbres alimenticias en la vida diaria. La población está asimilando que una adecuada alimentación e ingesta correcta de nutrientes permite tener una vida plena y saludable. Sin embargo hace falta que mucha gente llegue a tomar verdadera conciencia de la nutrición.

No fue sino hasta mediados del siglo XX que poco a poco se fueron descubriendo los nutrientes esenciales cuya carencia es responsable de varias enfermedades que hoy en día afectan a gran parte de la población mundial y son responsables de la muerte de miles de personas en el mundo cada año. (Janice Thompson, 2008)

Esto significa que los avances y descubrimientos en cuanto a la nutrición en el mundo tienen poco tiempo, es por esta razón que no todas las personas saben de la importancia de una correcta alimentación, y mucho menos en los países en vías de desarrollo. Esto ha provocado el desconocimiento de temas nutricionales y consecuentemente, cientos de enfermedades relacionadas con la mala alimentación.

A finales del siglo XX, las investigaciones de nutrición y salud y su interrelación se centraron en la prevención y tratamientos de enfermedades crónicas como la insuficiencia cardíaca, la obesidad, la diabetes de tipo 2, y varios tipos de cáncer. (Janice Thompson, 2008)

La Organización Mundial de la Salud en sus estudios realizados ha determinado que los factores de riesgo que ocasionan la aparición de enfermedades crónicas no transmisibles son: el consumo elevado de alimentos poco nutritivos, con alta densidad energética y alto contenido de grasa, azúcar y sal, así como la reducción de los niveles de actividad física y consumo de tabaco. (Salud, 2012)

En países desarrollados, el consumo adecuado de nutrientes ha hecho posible que la mayoría de enfermedades relacionadas con la nutrición ya no sean un problema importante, sin embargo en países en vías de desarrollo dichas enfermedades siguen siendo un problema muy grave y que merece mayor interés entre la población y que se tome mejores medidas gubernamentales para evitar las mismas.

Las enfermedades crónicas son ocasionadas por llevar una incorrecta alimentación según estudios e investigaciones de la FAO, en donde se afirma que el consumo de dietas sanas pueden prevenir y reducir el riesgo de contraerlas. Las enfermedades que están dentro de las listas de esta Organización son las siguientes: obesidad, arteriosclerosis, enfermedad coronaria, hipertensión, presión arterial elevada, cáncer, osteoporosis, caries dentales, pérdida de dientes, enfermedades hepáticas y renales, diabetes mellitus, e incluso hasta el alcoholismo. (FAO, 2002)

Se puede concluir entonces que la alimentación influye enormemente a la aparición de enfermedades tan graves como las descritas anteriormente. Sin embargo, no se puede decir que son causadas únicamente por una mala nutrición sino que también existen otros factores. Por otro lado, la dieta adecuada puede contribuir de manera positiva a la causa o a su vez al tratamiento de la misma.

La FAO en sus informes menciona que la mayoría de estas enfermedades tienen su origen en factores dietéticos o nutricionales. Las mismas que están en aumento en países desarrollados donde las clases más pudientes tienen ritmos de vida más sedentarios y consumen mayor tipo de comidas de elaboración rápida y sin los suficientes nutrientes, sin embargo los países en vías de desarrollo tienen problemas relacionados con la pobreza y la desnutrición generando así un mayor riesgo de contraer este tipo de enfermedades.

También, la aparición de dichas enfermedades puede darse en países poco desarrollados por la falta de educación sobre la nutrición y por la falta de recursos. Además aparece este problema en países desarrollados que a pesar de contar con la información y conocimiento adecuado llevan ritmos de vida más agitados, en los que cada vez hay menos tiempo para alimentarse y preparar sus alimentos, generando así la mala nutrición.

2.1.2. Principales Problemas Nutricionales

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura señala que el consumir habitualmente alimentos con muchas calorías, grasas totales y grasas saturadas y el consumo mínimo de alimentos bajos en fibras, frutas, verduras y cereales integrales está asociado con un mayor riesgo de sufrir obesidad, enfermedades cardíacas, diabetes, cáncer entre otras.

El desconocimiento de los tipos de alimentos adecuados para la dieta saludable de una persona es uno de los principales causales de enfermedades crónicas. El desequilibrio de consumir demasiados alimentos y hacer muy poco ejercicio también aumenta en gran medida el riesgo de sufrir enfermedades. Es por esta razón que se debe brindar la información adecuada a la población sobre clases de alimentos y tipos de nutrientes saludables, y así reducir en número de personas enfermas.

En la última Encuesta Nacional de Salud y Nutrición realizada en el Ecuador, se llegó a la conclusión de que los nuevos estilos de vida citadinos e industrializados llevan al sedentarismo a las personas, a dietas poco saludables, debido a que cada vez se tiene menor tiempo para alimentarse, de igual manera el consumo de comida chatarra e incluso el incremento de población adulta mayor son determinantes para el incremento de dichas enfermedades mencionadas anteriormente. (INEC E. , 2011-2013)

Los datos recopilados en el país indican una grave situación alimenticia, en las principales ciudades como Quito y Guayaquil, que son las más grandes y que mantienen un ritmo acelerado de vida. Se debe poner mayor énfasis y realizar campañas de alimentación saludable, de igual manera se deben fomentar los buenos hábitos y la práctica de deporte y ejercicios, para prevenir todo tipo de enfermedades.

Alperso (2003), en su libro de Nutrición afirma que la mala alimentación, los excesos de azúcar y sal, comidas rápidas, el poco tiempo dedicado a la preparación de alimentos y otras razones más, han generado en las personas el aparecimiento de diversas patologías asociadas directamente a la mal nutrición.

Las personas en la actualidad prefieren comprar comida elaborada, ya que consideran muy laborioso prepararla y requiere de tiempo. Esto ocurre principalmente con personas que trabajan, sin embargo hay hogares que también han optado por comprar la comida fuera de casa ocasionando

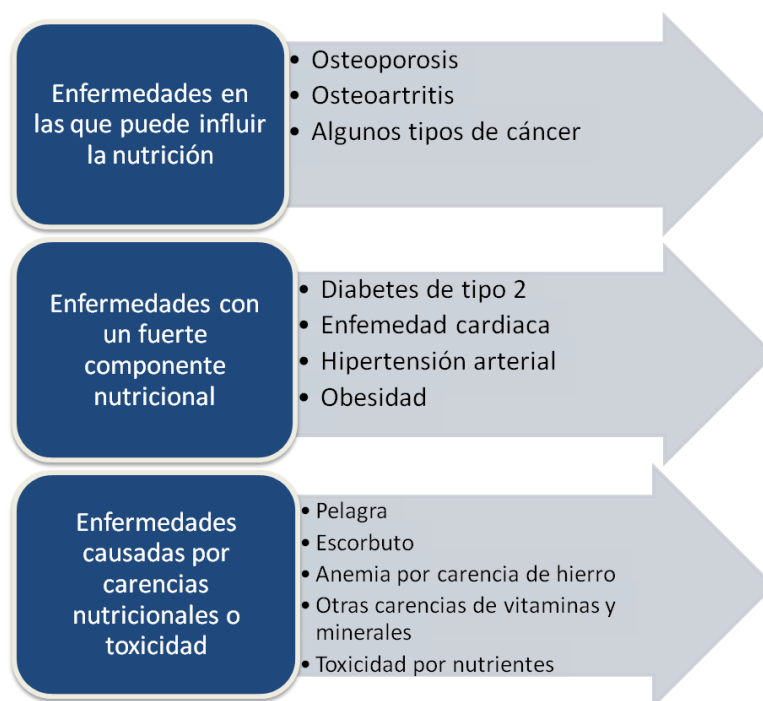
problemas alimenticios a sus familias que son conformadas por niños e incluso personas de edad avanzada, quienes requieren de una correcta alimentación.

Esta situación a simple vista parecería como la mejor opción, o la más cómoda pero el problema yace en que los establecimientos que ofrecen comida elaborada como lugares de comida rápida y otros restaurantes, en muchas ocasiones no brindan alimentos que cuentan con los nutrientes esenciales para el adecuado desarrollo de las personas, generando así en el consumo prolongado la aparición de enfermedades muy peligrosas.

El autor antes mencionado comenta que muchos pacientes de enfermedades crónicas no mantienen dietas para su padecimiento debido a la ignorancia o porque desean evitar simplemente el consumir ciertos alimentos que parecen ser los que causan los síntomas.

Por este desconocimiento, los pacientes que tienen alguna enfermedad relacionada con la alimentación siguen empeorando su cuadro, creen que la suspensión del consumo de algún tipo de alimento mejorará su situación, sin saber que esto en muchas ocasiones puede generar un problema más grave.

Gráfico No 2 Relación entre la nutrición y algunas enfermedades humanas



Fuente: (Janice Thompson, 2008)

Elaborado por: Ana Bernal

2.2. ALIMENTACIÓN EN EL ECUADOR

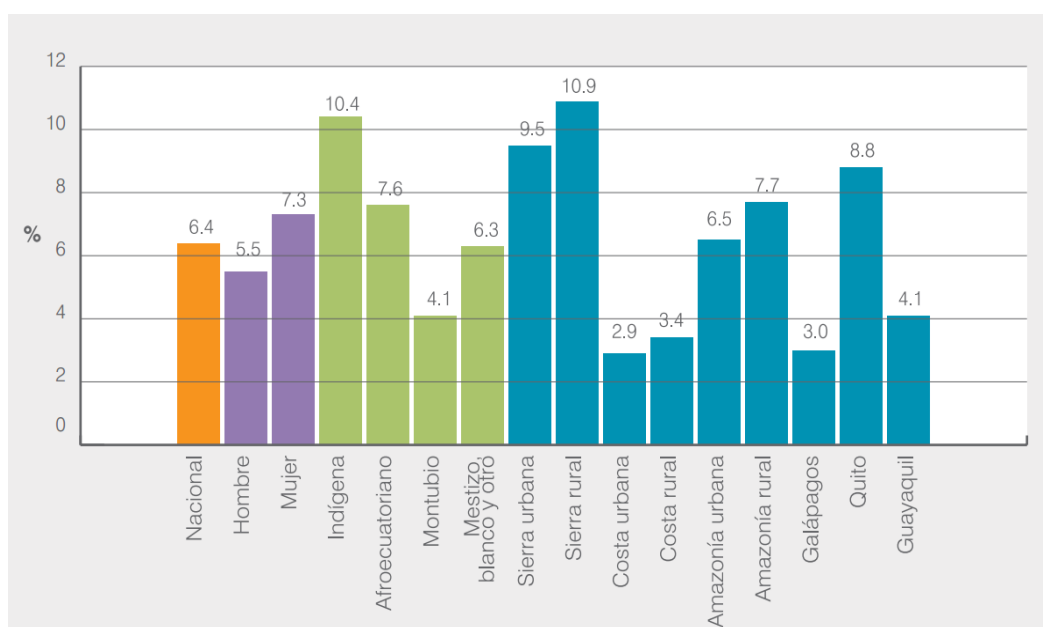
2.2.1. Perfil nutricional en el Ecuador

En el Ecuador, según la última encuesta de nutrición del INEC dice que la diabetes mellitus tipo 2, la enfermedad hipertensiva, la enfermedad cerebro vascular, la enfermedad isquémica del corazón y la insuficiencia cardíaca forman parte de las diez primeras causas de mortalidad y morbilidad en el país y representan el 26% de todas las víctimas mortales es decir son las principales causas de muerte en el país.

Dicha encuesta señala varios datos sobre cómo se están alimentando los ecuatorianos y se determinó un consumo inadecuado de nutrientes.

En cuanto al consumo de proteínas en el país se obtuvieron los siguientes datos:

Gráfico No 3 Prevalencia de consumo inadecuado de proteína



Fuente: (INEC E. , 2011-2013)

Elaborado por: INEC

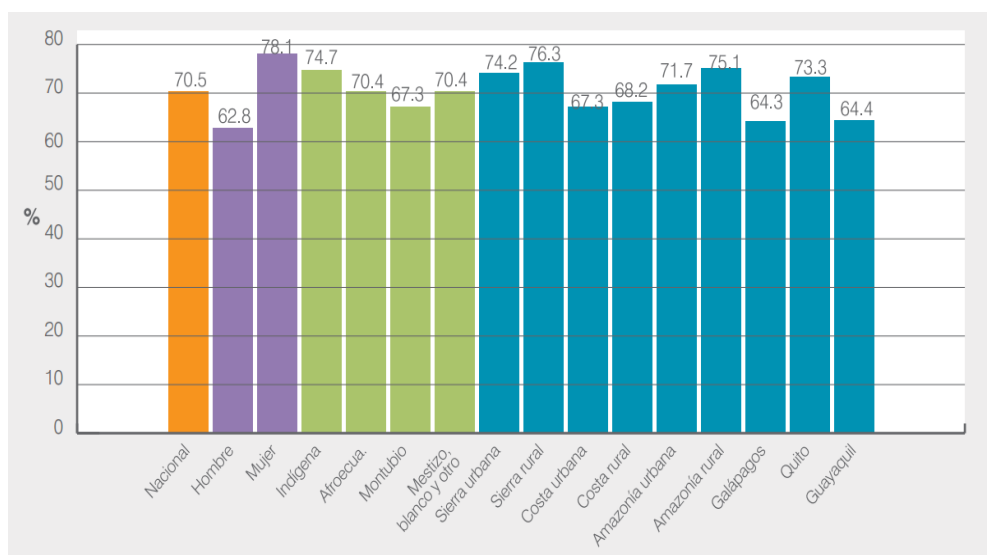
El 6.4% de la población nacional presenta un consumo inadecuado de proteína. La encuesta indica que esta falta de proteína en el país afecta más a las mujeres y principalmente en la población indígena y rural del país. Sin

embargo, el gobierno no considera dicha cifra como un problema de Salud Pública.

Las proteínas deben formar parte imprescindible en la dieta del ecuatoriano, ya que el Ecuador un país muy rico en producir alimentos con proteínas tanto de origen vegetal como animal. El consumo de proteínas es de gran importancia en la dieta de una persona, ya que posee todos los aminoácidos necesarios para los seres humanos.

En el consumo de hierro y de zinc en el país se puede observar los siguientes datos:

Gráfico No 4 Probabilidad de presentar un consumo inadecuado de hierro a escala nacional



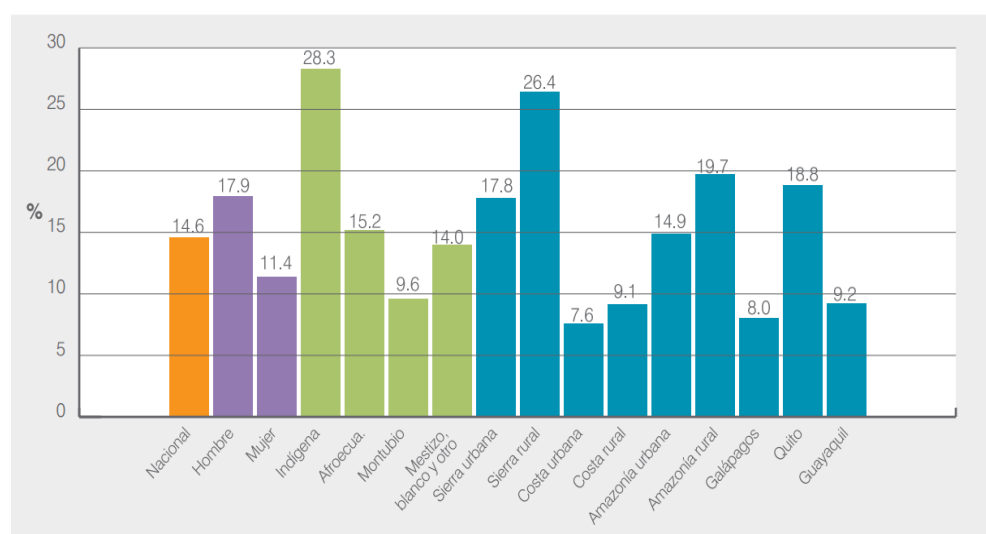
Fuente: (INEC E. , 2011-2013)

Elaborado por: INEC

La probabilidad de presentar un consumo inadecuado de hierro en el país es muy alta, del 70.5% a nivel nacional, lo que indica que existe un grave

problema nutricional. Esta cifra es alarmante ya que muestra que en el país no existe una adecuada educación nutricional en cuanto a qué alimentos se deben consumir para evitar problemas posteriores como la anemia, falta de apetito, insomnio, problemas de crecimiento, problemas óseos entre otros.

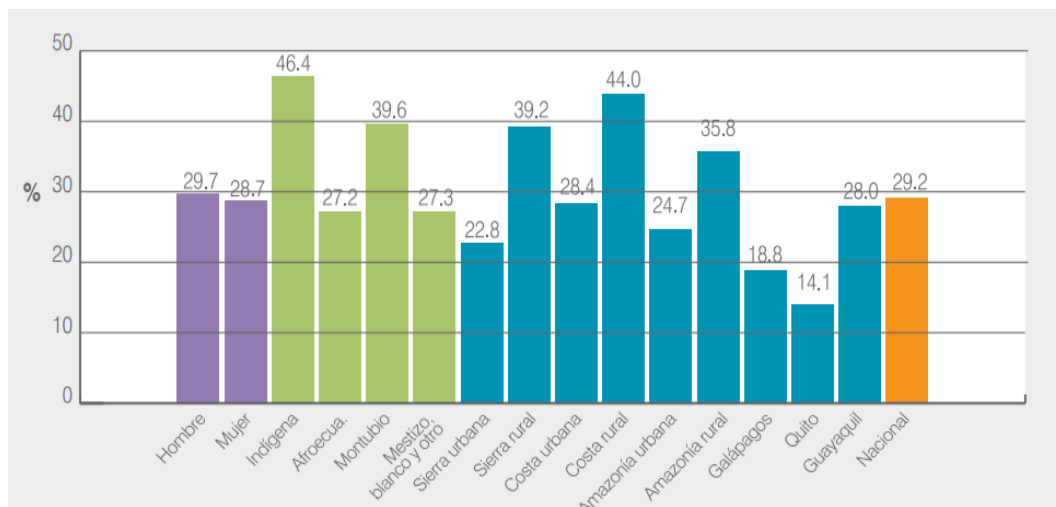
Gráfico No 5 Probabilidad de presentar un consumo inadecuado de zinc a escala nacional



Fuente: (INEC E. , 2011-2013)

Elaborado por: INEC

La probabilidad de presentar un inadecuado consumo de zinc en el Ecuador es mucho menor comparado con el hierro, se encuentra en el 14.6%

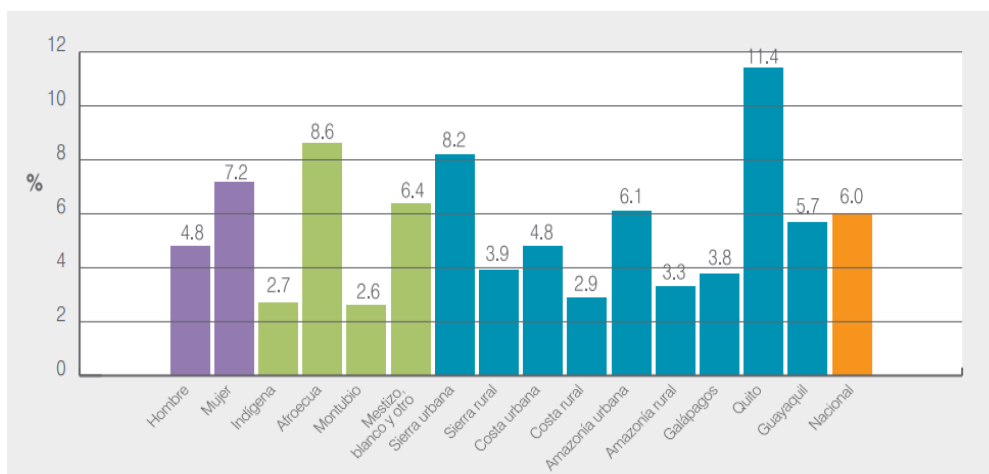
Gráfico No 6 Prevalencia de consumo excesivo de carbohidratos

Fuente: (INEC E. , 2011-2013)

Elaborado por: INEC

Los datos indican que el 29.2% de la población presenta un consumo excesivo de carbohidratos superando así la recomendación máxima para prevenir alteraciones como la obesidad y enfermedades del corazón. Los datos indican que la prevalencia va aumentando conforme pasa la edad de las personas a partir de los 51 años.

El consumo en grandes cantidades de alimentos carbohidratos en la dieta de los ecuatorianos ha provocado que los adultos tanto jóvenes como de edad más avanzada contraigan obesidad y en muchos casos ocasionando graves problemas médicos posteriores.

Gráfico No 7 Prevalencia de consumo excesivo de grasas

Fuente: (INEC E. , 2011-2013)

Elaborado por: INEC

En este caso el consumo de grasas en exceso se encuentra en el 6% de la población nacional afectando principalmente a las mujeres de las zonas urbanas del país, como la ciudad de Quito.

Se puede decir entonces que, el consumo mayoritario de grasas en el país se da en las zonas urbanas, es decir en las grandes ciudades debido a los ritmos de vida más acelerados y a los hábitos de alimentación adquiridos.

Se puede concluir con los datos descritos anteriormente que, la población del país no cuenta con correctos hábitos de alimentación que les proporcione los nutrientes adecuados para llevar una vida saludable, inclusive en poblaciones indígenas la alimentación no es completa así como en las ciudades, que a pesar de contar con recursos y facilidad de comprar todo tipo de productos y alimentos no saben equilibrar su dieta y abusan del consumo de cierto alimentos.

Esto significa que tanto hombres como mujeres de edades adultas y de zonas rurales principalmente urbanas como la ciudad de Quito, no se alimentan adecuadamente, razón por la cual se plantea ofrecer un servicio de alimentación enfocado a todas aquellas personas que deseen llevar un estilo de vida saludable, a personas que tienen enfermedades ocasionadas por deficiencias nutricionales y para personas en edad avanzada.

2.2.2. Principales problemas en el país

- **DIABETES**

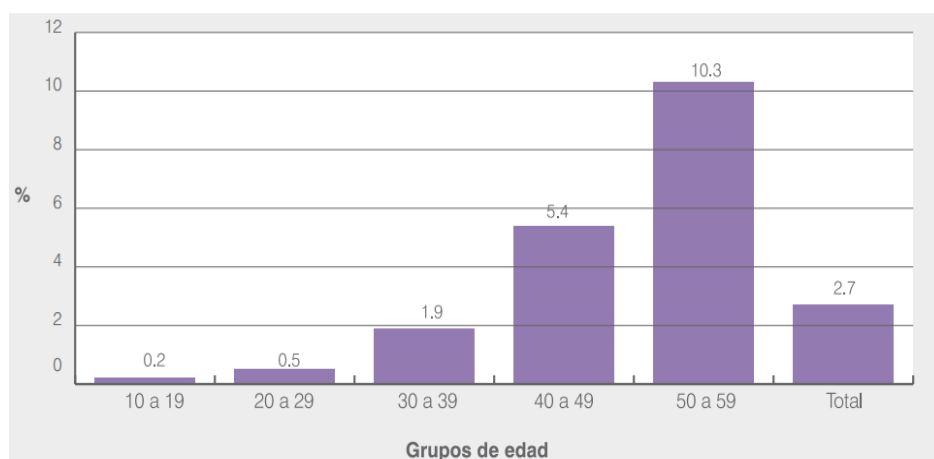
La diabetes mellitus es la primera causa de muerte en Ecuador, según la Agencia de Noticias Públicas, e indica que esta es una enfermedad en la que los niveles de glucosa (azúcar) de la sangre son muy altos. (ANDES, 2013)

El Ministerio de Salud Pública indica que la diabetes es una enfermedad controlable y si se da un diagnóstico oportuno a los pacientes se evitarían complicaciones tales como la ceguera, insuficiencia renal, accidentes cerebrovasculares, infartos, entre otros. (MSP, 2013)

Algunos factores que pueden ayudar a prevenir esta enfermedad se encuentran los cambios de estilos de vida como mantener un peso corporal sano y realizar actividad física moderada.

Sin embargo, uno de los principales factores que puede ayudar a disminuir el riesgo de contraer este diagnóstico es manteniendo una dieta equilibrada y nutritiva.

Gráfico No 8 Prevalencia de Diabetes en la población de 10 a 59 años a nivel nacional por grupos de edad



Fuente: (INEC E. , 2011-2013)

Elaborado por: INEC

Estos datos reflejan las edades en que existe un mayor porcentaje de padecimiento de esta enfermedad que es a partir de los 40 años de edad en adelante, evidenciando que las personas de edades avanzadas deben cuidar su salud y sus hábitos alimenticios para evitar entrar dentro de estas cifras.

- **HIPERTENSION**

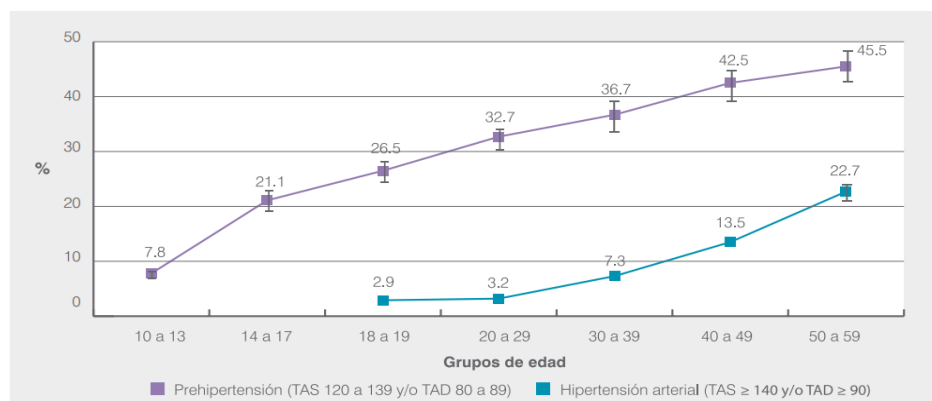
Datos indican que de cada 100.000 personas, 1373 tienen problemas de hipertensión explica que la hipertensión es una enfermedad crónica en

donde hay un incremento continuo de la fuerza en el corazón para bombear la sangre en las arterias. (Salud, 2012)

El riesgo de dicha enfermedad se puede reducir cuidando el consumo de sal, con una dieta equilibrada, evitando el abuso de alcohol y tabaco y realizando ejercicio periódicamente.

En el Ecuador la Hipertensión constituye la segunda causa de muerte, y es uno de los factores determinantes de otras enfermedades a nivel mundial.

Gráfico No 9 Prevalencia de la tensión arterial a nivel nacional y por grupos de edad



Fuente: (INEC E. , 2011-2013)
Elaborado por: INEC

Se puede observar que la predisposición de los adolescentes a adquirir esta enfermedad es muy alta, éste dato es muy alarmante ya que señala que los jóvenes están propensos a adquirir dicha afección, por esta razón

se debe brindar por parte del gobierno e instituciones la adecuada información nutricional para prevenir problemas de este tipo.

Según esta encuesta, se ha llegado a conocer que muchas personas que padecen este problema arterial desconocen tenerlo, y llevan un estilo de vida contraindicado. Incluso, personas que tenían conocimiento que eran enfermas no llevan el control médico ni la dieta adecuada para tratar la hipertensión.

- **OBESIDAD**

La obesidad está declarada como la epidemia del siglo XXI por la OMS. En el Ecuador se estima que cerca de cuatro millones y medio de personas padecen de sobrepeso.

Este grave problema de la obesidad y el sobrepeso en el país son factores que generan enfermedades crónicas como las mencionadas anteriormente. Es decir que éste es el principal factor de riesgo para contraer posteriormente enfermedades más graves.

Se puede decir entonces que, para prevenir la obesidad en el Ecuador hace falta que las personas tomen conciencia de la alimentación para mantenerse sanos ya que en la actualidad las personas no tienen una cultura nutricional y alimentaria para evitar este mal.

2.3. ALIMENTACIÓN ESPECIALIZADA

2.3.1. Alimentación de personas con enfermedades crónicas y alergias

2.3.1.1. Reacciones adversas a alimentos

Algunos individuos al entrar en contacto con ciertos alimentos experimentan reacciones de diverso tipo e intensidad, dichas alteraciones se deben a diversos factores y se requiere su correcto diagnóstico y manejo clínico fundamental para que lleven un estilo de vida normal.

Existen dos tipos de razones por las cuales los individuos no pueden consumir diversos tipos de alimentos: (Brunser, 2011)

“Las reacciones adversas a alimentos con base inmune se engloban dentro de alergia a alimentos. La alergia a alimentos son los efectos adversos para la salud que se originan de manera reproducible como resultado de una reacción inmune frente a la exposición de un alimento(...). Las reacciones adversas a alimentos que no están asociadas con reacciones de tipo inmuoalérgico son denominadas intolerancias.” (Brunser, 2011)

Los pacientes con las reacciones adversas a cierto tipo de alimentos deben mantener una dieta estricta en la que se elimine la sustancia

que les está ocasionando problemas, se deberá eliminar los alimentos naturales, procesados o aquellos que posean en sus ingredientes dicho elemento.

Tabla No 2 Alimentos que con más frecuencia producen alergia

Alimentos más comunes que suelen producir alergias
Leche
Huevos
Mariscos
Nueces
Trigo
Maní
Soya
Chocolate

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Se debe seguir rigurosamente un plan de alimentación para evitar posibles complicaciones, y también se deberá suplir el alimento ante un posible déficit nutricional.

En el país, no existen datos exactos respecto a cifras de personas que sufran éste tipo de afecciones, ni información suficiente para las personas con alergias alimentarias.

Tampoco hay en el país lugares especializados que ofrezcan alimentación acorde para cada tipo de alergia. Los pacientes deben elaborar por ellos mismos o sus familiares la comida que no contenga los alimentos que le ocasionan alteraciones a su organismo.

En el Ecuador hace falta la creación de empresas dedicadas a brindar servicio de alimentación a todas aquellas personas que requieran de una alimentación diferente, pero nutritiva, que contenga alimentos sustitutos a aquellos que no pueden consumir.

Existen muchas dietas para el tratamiento de determinadas enfermedades en las que se restringe un elemento en particular (grasa, lactosa, entre otros). (Alperso, 2003)

En estos casos hay que tomar precaución y garantizar que se ofrece una dieta equilibrada que aporta con todos los nutrientes y micronutrientes necesarios.

El mismo autor señala que, en muchos casos se debe añadir suplementos a una dieta restrictiva (calcio a una dieta baja en lactosa), mientras que en otras se añade un nutriente que puede requerirse en cantidades mayores de las que se puede obtener en una dieta equilibrada habitual, y existen también otros casos en los que se altera la consistencia de la dieta.

2.3.1.2. Alimentación para personas con enfermedades

Una nutrición adecuada puede ayudar a mejorar la salud, prevenir ciertas enfermedades, conseguir y mantener un peso adecuado, así como tener energía necesaria y vitalidad. Otros factores influyen en el mejoramiento de la salud como llevar un estilo de vida sin excesos.

Para el caso de las personas que tienen Diabetes, se recomienda que estos pacientes para controlar sus niveles de glucosa deben tener una dieta y hacer ejercicio adecuado, en otros casos de deberá proporcionar medicamentos adicionales. (Brown, 2008)

Para pacientes con diabetes tipo 2, la autora recomienda:

- Pérdida de peso de 7% del peso corporal o más
- 150 min de actividad física semanal
- Porcentaje total de calorías de los nutrientes energéticos: 15 a 20% de proteína, <30% de grasa y alrededor de 50% carbohidratos
- Reducción del consumo de colesterol (Brown, 2008)

2.3.2. Alimentación para adultos mayores

La alimentación del anciano no se diferencia mayormente de la nutrición de un adulto, pero que existen varios aspectos a tomar en cuenta dentro del

proceso de envejecimiento para obtener una alimentación adecuada.
(Consuelo Boticario Boticario, 2007)

Es fundamental notar que, a las personas mayores les resulta muy difícil y a veces se torna hasta imposible cambiar sus hábitos alimenticios, ya que han conservado los mismos toda una vida, sin embargo, se pueden corregir prácticas que ponen en riesgo su salud.

Dentro de los principales cambios físicos y metabólicos que se dan en esta edad son: pérdida de la talla, disminución de masa ósea, pérdida de la dentadura, alteraciones del sueño, cambios en el sistema digestivo, entre otras.

Características de la Alimentación:

- Higiénica
- Estimulante para el apetito
- Bien presentada
- Apetecible
- De fácil masticación
- De fácil digestión.

Es importante que quien se encuentre a cargo de la alimentación de un adulto mayor, ya sea familiar, institución o comunidad tome en consideración que las personas mayores ya no pueden asimilar la comida de igual manera que un

adulto, es por esto que, se recomienda la elaboración de alimentos blandos pero completos.

Brown (2008), en su tratado de Nutrición en las diferentes etapas de la vida dice que la mayoría de las personas mayores se consideran sanas, y desean permanecer sanas e independientes en la vida, no quieren ser una carga para otros.

Hay que tomar en cuenta que las personas mayores en muchas ocasiones debido a enfermedades y dolencias de la edad no pueden valerse por sí mismas y las personas a cargo muchas veces no saben de los nutrientes que deben incluirse en sus dietas.

Consuelo Boticario Boticario (2007), señala que consumir determinados productos puede resultar incómodo y en muchas ocasiones imposible de digerir ya que los dientes de las personas mayores suelen encontrarse en un estado muy deteriorado.

Por tal motivo, es importante que la alimentación del anciano sea completa nutricionalmente hablando, es difícil que mantengan el apetito como el de años atrás por muchos motivos, pero es fundamental darles los alimentos que contenga todos los nutrientes fundamentales para el proceso de envejecimiento natural del ser humano.

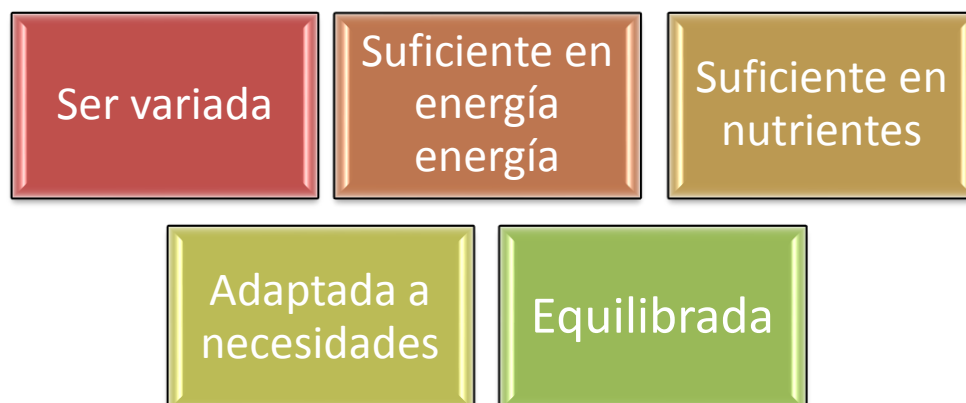
La dieta de las personas mayores debe ser nutritiva y rica en proteínas de buena calidad, moderada en consumo de hidratos de carbono, baja en grasa y muy rica en minerales y vitaminas, así como el abundante consumo de líquidos como leche, jugos naturales, infusiones.

Hay que tomar en cuenta que a las personas mayores no les gusta que sus familiares o personas cercanas les impongan cierto tipo de alimentación, es por esta razón que los cambios en la dieta del anciano no deben ser bruscos, sino que deben ir adaptándolas gradualmente, sin que altere así su ritmo de vida.

2.4. MENÚS SALUDABLES

2.4.1. Menús Restricciones Alimenticias

Las dietas tanto de las personas con alergias, intolerancias o aquellas con enfermedades crónicas son diferentes, sin embargo tendrán características en común como:

Gráfico No 10. Características de una dieta saludable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Estudios realizados en la UNED mencionan que existen muchos alimentos pero ninguno es completo. Es decir que mientras más variada sea la dieta de un individuo, mayor probabilidad tendrá de consumir los nutrientes esenciales. Esto aplica para cada una de las etapas de la vida: infancia, adolescencia, adultez y vejez. (Consuelo Boticario Boticario, 2007)

Según los mismos autores se explica la definición de dieta equilibrada y dicen:

“Dieta en la que están presentes todos los nutrientes necesarios y en cantidad apropiada para que el organismo pueda cubrir sus necesidades energéticas y sintetizar sus propios materiales. Tienen como guía la moderación y la variedad”. (Consuelo Boticario Boticario, 2007)

2.4.2. Menús Tercera Edad

Las personas mayores pueden satisfacer sus decadentes necesidades energéticas eligiendo alimentos con más densidad de nutrientes dentro de su dieta diaria. Varios libros y consejos de nutricionistas especializados recalcan la importancia de mantenerse hidratados, esto les ayudará a su organismo y a la piel a conservarse mejor. Así mismo, deberán consumir también frutas, verduras y granos enteros. A parte de las recomendaciones nutricionales, se recomienda mantener un estilo de vida tranquilo sin excesos porque pueden ser factores graves para producir enfermedades posteriores.

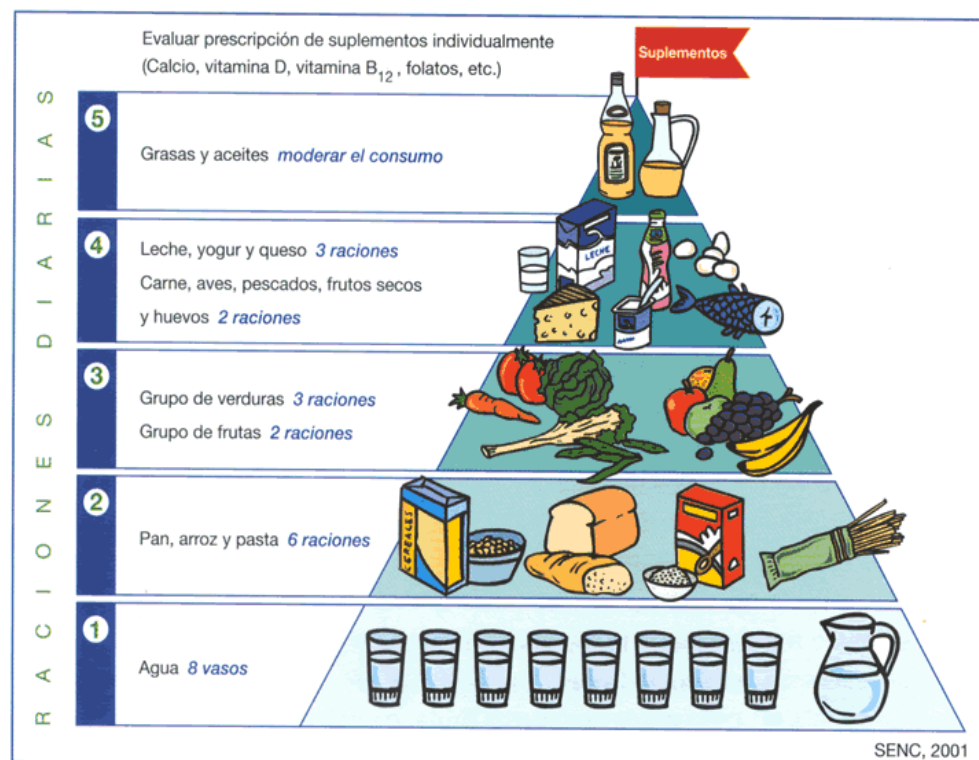
Gráfico No 11. Necesidades alimenticias del adulto mayor

NUTRIENTES	ALIMENTOS	RECOMENDACIONES
Hidratos de carbono	Pan , cereales, papas, leguminosas	4 a 7 porciones diarias: 1 1/2 a 2 panes además de 1 a 1 1/2 tazas de arroz de arroz, fideos, sémola o papas cocidas.
Fibras, vitaminas y minerales	Vegetales y frutas	Mínimo 2 platos de verduras crudas o cocidas y 2 a 3 frutas o jugo de frutas naturales diariamente.
Proteínas de buena calidad y calcio	Alimentos lácteos	Se recomienda ingerir 2 a 3 porciones diarias de leche, yogurt quesillo o queso al día.
Proteínas de buena calidad, hierro y zinc	Carnes, legumbres y huevo	Consumir a diario una presa de pescado fresco o en conserva, o pollo o pavo o una taza de legumbres cocidas o un huevo. Las carnes rojas, los embutidos, las vísceras y la yema de huevo contienen grasas saturadas y colesterol: por lo que es conveniente comerlas en ocasiones especiales y en pequeña cantidad.
Aceitas y grasas	Aceites, grasas y semillas	Seis cucharadas de aceite vegetal al día.
Hidratos de carbono	Azúcares y derivados	Se recomienda consumirla en cantidad moderada, disminuyendo el consumo de productos de pastelería y otros alimentos con alto contenido de azúcar. Se recomienda consumir de 3 a 4 cucharadas diarias de azúcar.

Fuente: (Buendía, 2008)

Elaborado por: Buendía

Gráfico No 12 Pirámide de la alimentación para personas mayores de 70 años



Fuente (SENC, 2013)
Elaborado por: SENC

3. PLAN ESTRATÉGICO

3.1. BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

3.1.1. Misión

Somos una empresa que se especializa en la preparación de alimentos nutritivos con los más altos estándares de calidad dirigido a personas con restricciones alimentarias y adultos mayores.

3.1.2. Visión

Ser para el 2020 la empresa líder en catering especializado para adultos mayores y personas con restricciones alimentarias en el país.

3.1.3. Valores y Principios

Para poder llevar a cabo la misión y visión de nuestra empresa, nos identificamos con los siguientes valores:

- Vocación de Servicio, una característica que NutriLunch quiere infundir a todos sus empleados, y será una característica que hará nuestro servicio más agradable para nuestros clientes.
- Integridad y Respeto, se debe dar ejemplo desde los más altos niveles de la organización, los trabajadores de NutriLunch deben cumplir con lo que dicen y prometen a sus clientes, así como respetar los criterios de los demás.
- Calidad es una característica clave que debe tener nuestro servicio, tanto en la elaboración de los menús como en la atención al cliente. Se pretende que esto sea el diferenciador de la empresa con el resto.
- Responsabilidad, es un valor que NutriLunch pretende cumplir a los clientes brindando un servicio garantizado y de calidad, siendo responsable de ayudar al cuidado de la nutrición de sus clientes.
- Trabajo en Equipo, esta es una cualidad que la empresa desea que tengan todos los empleados para poder servir de manera más eficiente y eficaz a sus clientes.
- Honradez, NutriLunch es consciente de las necesidades por las cuales las personas acuden al servicio de alimentación y es por esto que se brindará un servicio acorde al precio pagado.

- Puntualidad, es un valor que se exigirá tanto a proveedores como empleados, para de esta forma poder cumplir con los clientes.
- Limpieza es un factor importante y prioritario al momento de realizar nuestro trabajo, y garantizará la calidad de nuestro servicio.

Dichos valores y principios deberán ser practicados tanto por nuestro personal, y se espera el cumplimiento de los mismos a nuestros proveedores.

3.1.4. Objetivos Estratégicos

3.1.4.1. Objetivo General

Consolidar y posicionar a “NutriLunch” como una empresa de Catering Especializado en dietas saludables, brindando servicio a domicilio, que cubra las necesidades de adultos mayores y aquellas personas con restricciones alimentarias en la ciudad de Quito.

3.1.4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar el mercado objetivo, los gustos y preferencias de los potenciales clientes en cuanto al servicio que se va a brindar en la ciudad de Quito.
- Determinar el monto de inversión necesario, los costos del servicio y el tiempo que tomará recuperar la inversión.

- Fijar los precios del producto y servicio prestado.
- Establecer estrategias competitivas de la empresa para la comercialización del servicio en la que se incluirá diferentes menús para cada tipo de dieta.
- Crear procesos administrativos y productivos que abarquen todas las operaciones de la empresa
- Elaborar estudios financieros proyectados para la empresa para los años subsiguientes.
- Analizar la viabilidad y factibilidad del proyecto.

3.1.5. Cinco Fuerzas competitivas de Porter

3.1.5.1. Amenazas de entrada de nuevos competidores

Esta fuerza se refiere a la potencial entrada de nuevas empresas a la industria, las cuales venden o producen un bien o servicio similar.

Mientras más empresas ingresan a la industria la competencia aumenta, sin embargo existen barreras de entradas como:

Gráfico No 13 Barreras de Entrada**Fuente:** Investigación Propia**Elaborado por:** Ana Bernal

La industria ecuatoriana y el sector alimenticio es uno de los sectores en que mayor crecimiento se encuentra, cada vez más se incrementan el número de empresas dedicadas a esta actividad. Tal es el caso de aquellas personas que desean crear un negocio que pueda permitirle generar ingresos extras y deciden por esta opción, así mismo las amas de casa también optan por esta rama de actividades económicas por necesidad muchas veces.

Existe también empresas formadas que buscan brindar servicios de catering, pero no hay empresas que estén direccionadas específicamente a brindar servicio alimenticio a personas con restricciones alimentarias y a adultos mayores. Por lo que dichos emprendimientos no representan gran amenaza a NUTRILUCH ya que están más enfocadas hacia eventos sociales y empresariales.

3.1.5.2. Rivalidad entre competidores

Esta es la fuerza más importante de todas y hace referencia a la rivalidad entre las empresas que compiten directamente dentro de la misma industria ofreciendo los mismos bienes y servicios. El análisis de los competidores permite comparar las ventajas competitivas que tendrá NUTRILUNCH frente a las demás empresas, de esta manera crear estrategias que permitan competir a la par con sus rivales.

El mercado del catering en el país y principalmente en las ciudades principales como Quito y Guayaquil tienen grandes empresas que brindan éste tipo de servicios, sin embargo hay escasamente empresas o negocios dedicados a brindar servicio especializado y saludable a grupos como la tercera edad y aquellas personas con restricciones alimenticias.

Existe una sola empresa dedicada a vender dietas a domicilio en la ciudad de Quito, pero está enfocada únicamente a personas que quieren bajar de peso, por lo que la competencia es muy baja.

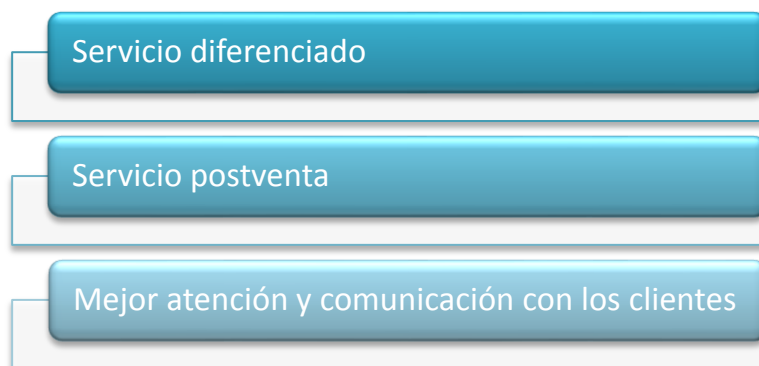
3.1.5.3. Poder de negociación con los clientes

Se refiere al poder con que cuentan los consumidores de la industria para obtener mejores precios y condiciones adecuadas. Dicho poder puede ser de cierto grado dependiendo el mercado a tratar.

El análisis de esta fuerza permitirá formular estrategias para reducir y limitar el poder de negociación de los clientes, incrementando a su vez el número de consumidores.

Algunas estrategias que NUTRILUNCH utilizará serán:

Gráfico No 14 Estrategias utilizadas por Nutrilunch



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Bernal

Existe un potencial mercado en lo que se refiere a personas dispuestas a usar el servicio de NUTRILUNCH, los mismos que deberán pagar un precio acorde al servicio que van a recibir. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que las personas deben recibir un

servicio exclusivo y de alta calidad diferenciada, debido a que la alimentación puede ser tranquilamente recibida por restaurantes o incluso preparada por ellos mismos.

Se debe tomar principal atención al servicio y a la elaboración de los alimentos y debe poseer características únicas valorables que hagan elegir a NutriLunch como su proveedora de una alimentación saludable.

3.1.5.4. Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es aquel con el que cuentan los proveedores de la industria para incrementar los precios. Mientras menor sea el número de proveedores de cierto bien o servicio, éste tenderá a subir precios.

En este caso los proveedores tienen bajo poder de negociación ya que los productos que se requieren para elaborar los menús se los encuentra fácilmente en los supermercados, NutriLunch puede elegir entre varias opciones las que más le convengan siempre y cuando cumplan con estándares de calidad previamente determinados, ya que es delicada la elección de alimentos que cuiden la salud.

3.1.5.5. Amenazas de ingreso de productos sustitutos

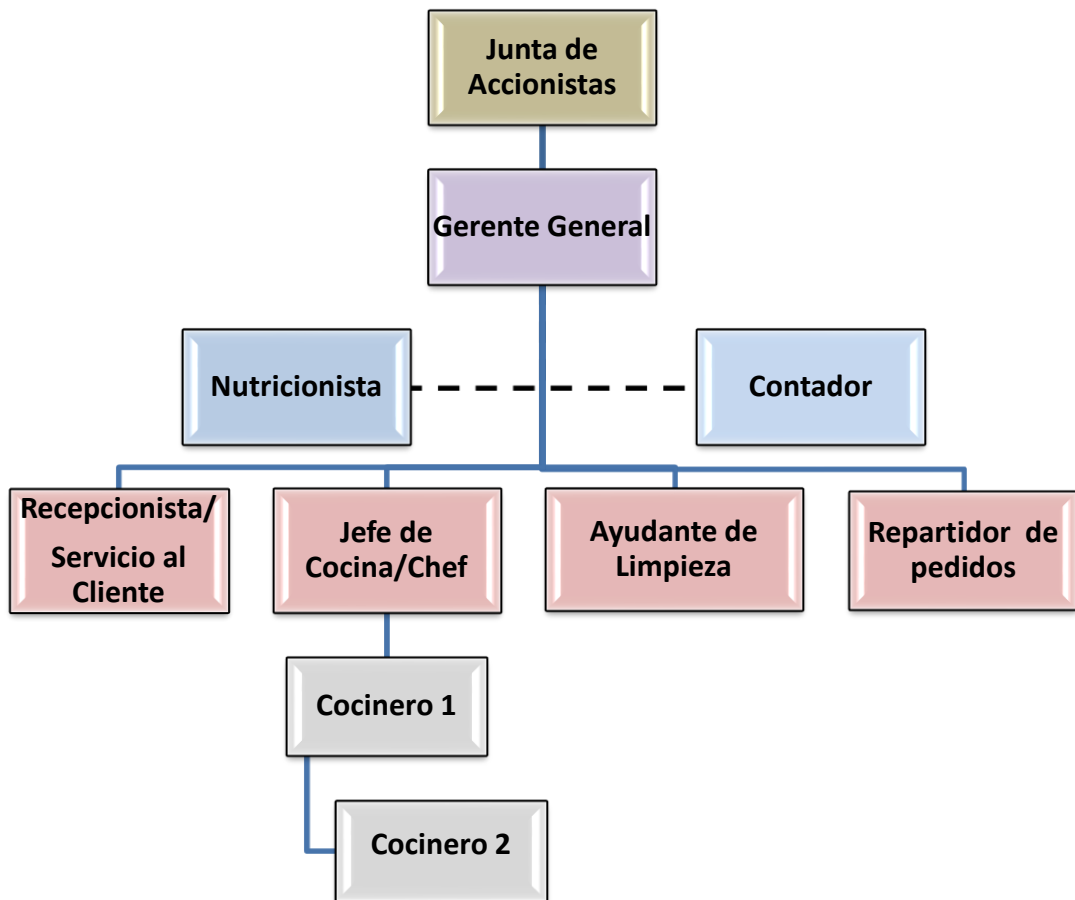
Es el potencial ingreso de empresas que elaboren o brinden bienes o servicios alternativos o sustitutos a la industria. El aparecimiento de dichos productos puede representar un límite al momento de fijar precios.

No existen empresas en la ciudad de Quito que ofrezcan productos similares a los propuestos por NutriLunch, sin embargo las tendencias al cuidado y mejoramiento de la alimentación para llevar estilos de vida sanos y así evitar futuras enfermedades siguen incrementándose, por lo que existe una amenaza de que aparezcan empresas nuevas con servicios de las mismas características en un mediano plazo.

3.2. LA ORGANIZACIÓN

3.2.1. Organigrama Estructural

Gráfico No 15 Organigrama Estructural de la empresa



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Ana Bernal

3.2.2. Organigrama Funcional

Junta de Accionistas:

- Designar al Gerente General
- Conocer y aprobarlos balances financieros e informes presentados por el gerente general
- Determinar la forma de reparto de beneficios sociales

Gerente General:

- Liderar el proceso de planeación estratégica, estableciendo metas y objetivos de la empresa.
- Desarrollar estrategias para cumplir dichas metas y objetivos.
- Optimizar recursos: humanos, financieros y materiales aplicando técnicas administrativas.
- Ejercer un liderazgo dinámico para ejecutar y revisar planes y estrategias.
- Definir necesidades del personal, así como seleccionar personal competente para el desempeño de funciones.
- Medir y controlar la ejecución de actividades acorde al cumplimiento de metas.

Nutricionista:

- Elaborar programas de dietas adecuados para clientes con condiciones especiales.
- Dar seguimiento periódico a personas con dietas.
- Revisión de alimentos aptos para consumo y elaboración de los mismos.

Contador:

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera acorde a las NIIFS.
- Preparar y Presentar Informes y Balances Financieros.
- Preparar y presentar declaraciones tributarias al SRI.
- Asesorar a la Gerencia temas tributarios y legales.

Recepcionista/ Servicio Al cliente:

- Atención a inquietudes de los clientes internos y externos.
- Recibimiento a clientes y toma de pedidos u órdenes.
- Negociación con clientes preferenciales.
- Pagos a proveedores.
- Atender llamadas telefónicas y canalizarlas a las áreas correspondientes.

Jefe de Cocina/ Chef:

- Elaboración del menú.
- Preparación de platos.
- Elaboración de receta estándar.
- Selección y control de insumos.
- Elaboración de informes.
- Control de stock de alimentos.

Auxiliar de limpieza:

- Preparación y limpieza de utensilios.
- Aseo del área de producción.
- Aseo del área administrativa.

Repartidor de pedidos:

- Transportación de alimentos a los clientes a tiempo y en buen estado.
- Elaboración de informes y fichas de entrega.
- Mantenimiento adecuado del vehículo de transporte.
- Mensajería de la empresa.

Cocinero 1:

- Preparación de Mise and Place.
- Elaboración de alimentos calientes.

Cocinero 2:

- Preparación de Mise and Place.
- Elaboración alimentos fríos.
- Colocación de alimentos para llevar.

3.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO**3.3.1. Microambiente**

En el microambiente se encuentran todos aquellos factores que la empresa puede controlar y que pueden afectar a las actividades de la organización.

Dentro del microambiente se pueden encontrar los diferentes factores:

Gráfico No 16 Factores Microambientales



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Bernal

3.3.1.1. Clientes

Los clientes son un componente importante en todas las organizaciones y se identifican por tener características similares, son a quienes va dirigido un determinado bien o servicio y a los cuales la organización enfoca sus esfuerzos. Pueden ser particulares o empresas.

En este caso los clientes de Nutrilunch serán personas que tienen enfermedades crónicas que requieren de un tipo de alimentación diferente, así mismo serán los adultos mayores, que de igual manera no pueden prepararse sus alimentos, y por esta razón escogen el servicio de catering especializado.

Los clientes también serán personas que quieran cuidar su salud mediante una nutrición adecuada.

3.3.1.2. Proveedores

Son personas o entidades que ofrecen bienes o servicios a la empresa, en esta industria el saber escoger bien a los proveedores es de suma importancia ya que la empresa necesita seleccionar a quien le ofrezca alimentos frescos, así como insumos de calidad para poder ofrecer un buen servicio a los clientes.

Los principales proveedores de NutriLuch serán:

- Corporación Favorita
- La Italiana Embutidos
- Agropesa
- Juris

3.3.1.3. Competidores

Los competidores pueden competir tanto por clientes o por proveedores. Se debe analizar primordialmente a la competencia directa es decir a las empresas que ofrecen el mismo servicio o productos.

En el país son varias las empresas dedicadas al catering, pero no existe una fuerte competencia catering especializada en dietas saludables para el segmento al que va dirigido NutriLunch.

Las empresas que son competencia de NutriLunch en la ciudad de Quito son:

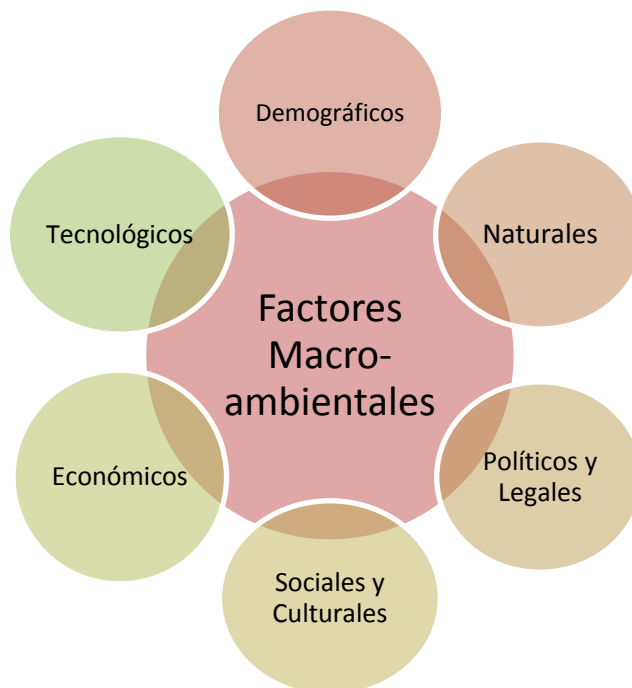
- Delidiet
- DietExpress

3.3.2. Macroambiente

Son factores que rodean a la empresa y de los cuáles no se tiene el control. Pueden afectar significativamente a la compañía, es por eso que pueden ser aprovechados como oportunidades en los que sea el caso y se debe tomar en cuenta factores que representan amenazas para poder controlarlos.

Dentro del trabajo de investigación se considerarán los siguientes factores:

Gráfico No 17 Factores Macroambientales



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Ana Bernal

3.3.2.1. Factores Políticos y Legales

Estos factores son muy relevantes al momento de crear una empresa ya que de éstos dependen la existencia y vida de la misma. En el Ecuador existen constantes cambios y reformas a la Ley, por lo que es importante que la empresa se mantenga en constante actualización de las normativas, para que pueda responder de manera adecuada e inmediata ante cualquier cambio legal.

Es vital que la empresa tome en cuenta políticas monetarias y fiscales, ya que existen cambios permanentes en la legislación ecuatoriana, por lo que es imprescindible estar actualizado.

De igual manera la empresa se ve afectada frente a los cambios en los procesos políticos actuales, la inestabilidad política genera desequilibrio e influye en la toma de decisiones dentro de una empresa, ya que no se sabe lo que va a ocurrir, ni que disposiciones tome el Gobierno frente a cualquier tipo de industria, por lo que es importante que los directivos de la empresa estén alerta.

Sin embargo, la empresa no puede estar a expensas de la política gubernamental de un país, sino que por el contrario debe aprovechar las políticas que brinden oportunidades a la industria en la que se desarrolla la empresa y anticiparse a los cambios.

El gobierno ecuatoriano está prestando mayor atención a la salud pública y está modificando las actuales leyes y creando impuestos a alimentos considerados como comida chatarra, razón por la cual la gente va a optar por opciones sanas y nutritivas en su alimentación, es aquí donde NutriLuch ofrecería sus servicios a todas aquellas personas que lo requieren.

3.3.2.2. Factores Demográficos

La población del Ecuador está en constante crecimiento, de igual manera van creciendo las necesidades de los ecuatorianos, por lo que es fundamental conocer los gustos y preferencias de las personas, para poder brindar un servicio y productos que satisfagan a sus requerimientos.

Para poder entender a la población se realizan estudios de mercado, información que le permitirá a la empresa conocer la demanda potencial que tendrá un servicio o un producto, partiendo de conocer sus necesidades primordiales.

En el Ecuador, va creciendo la población cada día más, y así como aumenta la población crece el consumo de alimentos bajos en nutrientes causando una mala alimentación, cada vez más personas contraen enfermedades relacionadas a la alimentación y NutriLuch

ofrecerá un servicio de dieta especializada para ellas con servicio a domicilio.

3.3.2.3. Factores Sociales y Culturales

Estos factores socio-culturales se relacionan a estilos de vida de la población, creencias, costumbres, tradiciones y comportamientos de una sociedad determinada.

Las empresas deben tomar en cuenta dichos factores para poder tomar decisiones en cuanto a los productos o servicios que brinden a la sociedad, ya que ésta se mueve a un ritmo de vida cada vez más acelerado, y las costumbres en cuanto al consumo de alimentos ha cambiado. Actualmente hay menos tiempo para la elaboración y consumo de alimentos, por lo que las personas han optado por comprar comida elaborada, dichos alimentos no son preparados correctamente, ocasionando la aparición de enfermedades y problemas de salud.

El aparecimiento de enfermedades relacionadas a la alimentación está en aumento en el país, por lo que las personas están decidiéndose por nuevas alternativas alimenticias. Es aquí en donde NutriLunch entraría al mercado ofreciendo una nueva alternativa alimenticia ofreciendo un servicio especializado para aquellas personas que desean mejorar sus hábitos alimenticios y su salud.

Factores Tecnológicos

La tecnología es una herramienta imprescindible para el desarrollo y competitividad de una empresa, por lo que es necesario que NutriLunch se adapte a los avances tecnológicos para poder mantenerse a la vanguardia y poder estar al nivel de empresas líderes en el sector del catering.

De ninguna manera la tecnología va a reemplazar al capital humano de la empresa, sino que por el contrario va a facilitar su trabajo, y es necesario que exista un equilibrio adecuado para que la tecnología no opaque las funciones que realizan los trabajadores.

3.3.2.4. Factores Económicos

El estado de la economía de un país determina la prosperidad y bienestar del mismo, por lo tanto los factores económicos influyen en el funcionamiento y desarrollo de una empresa.

La inflación que tiene que ver con los precios y su variación, generando así desestabilización en el caso de incrementarse, una variación en la inflación de los precios puede alterar toda la economía de un país.

Las tasas de interés corresponden al precio del dinero en el mercado, por lo que afectan directamente a las empresas cuando desean financiarse, un incremento puede generar una reducción de créditos y una menor tasa incrementa y motiva a las empresas hacia los créditos y el financiamiento.

Los índices salariales también forman parte de la economía e indican la capacidad adquisitiva de las personas para comprar determinado bien o servicio. El salario básico refleja el mínimo ingreso de cualquier trabajador, por lo que su variación afecta principalmente a sectores empresariales quienes partiendo de éste datos planean sus necesidades de trabajadores.

NutriLuch cumplirá con todas las normativas tanto tributarias y legales dentro del país, de igual manera tomará en cuenta diversos factores económicos como las tasas de interés, deberá mantenerse informada sobre la información actualizada ya que esto puede afectar al momento de tomar decisiones al pedir un préstamo y mantener inversiones.

La empresa también estará pendiente acerca de los valores de los salarios según la industria a la que se dedica la empresa, para de esta manera cumplir con todos los requisitos legales.

3.3.2.5. Factores Naturales

Los recursos naturales son muy diversos y abundantes en el país, pero estos a su vez corren el riesgo de ser perjudicados por las malas acciones de las empresas.

Es importante conocer las normativas vigentes acerca de la aplicación de la Responsabilidad Social con el entorno y con la comunidad.

NutriLuch al ser una empresa de servicios que prepara alimentos, debe tomar en cuenta sobre todo la preservación del entorno en el que va a estar ubicado, evitando al máximo el desperdicio y la contaminación, clasificando los residuos, de forma que se pueda manejar un proceso de reciclaje con los desechos plásticos y de vidrio.

3.4. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.4.1. Hábitos de Consumo en el Ecuador

El Ecuador, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), es una de las economías con mayor crecimiento en América Latina, la entrada a la nueva era de la tecnología y la información ha cambiado drásticamente los hábitos de consumo en la población.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), existe un crecimiento alto de la población ocupada, siendo principalmente el sector público con mayor contratación, generando así el aumento de la burocracia, la clase media del Ecuador genera una gran inyección a la economía del país y de igual manera existe un incremento importante en el consumo.

Según dicha información el Ecuador registra un crecimiento de la capacidad de ahorro y una tendencia creciente al consumo de productos y servicios de tecnología, saludables y aquellos que antes se consideraban de lujo.

3.4.2. Gustos y preferencias de los consumidores

Los gustos de los ecuatorianos determinan la aparición de nuevos servicios y productos, de esta forma las empresas responden a las necesidades y demandas del consumidor local, ganando así preferencia en el mercado.

Dentro de la industria alimenticia ecuatoriana existe una demanda de variedad de servicios innovadores y de calidad que ha ido aumentando. Las personas buscan servicios de alta calidad, con rapidez y a un precio adecuado.

Para satisfacer estas preferencias de los consumidores, NutriLunch desea brindar un servicio completo de alimentación con calidad, que llegue a tiempo donde sus clientes (de clase media y clase alta) y el precio correspondan al servicio brindado.

De igual manera, las tendencias de los consumidores actuales se inclinan a adquirir servicios que ayuden al cuidado de la salud y a su mejoría, generando así mayor demanda de servicios que colaboren a la nutrición de los ecuatorianos.

NutriLunch es consciente de la necesidad de las personas de adquirir nuevos hábitos alimenticios que permitan a las personas mejorar su salud, es por este motivo que la empresa se introducirá al mercado con un servicio especializado para aquellas personas que no pueden tener una dieta normal, así como para las personas mayores que no pueden prepararse los alimentos adecuados por ellos mismos, ni por sus familias.

3.4.3. Objetivos de la Investigación de Mercado

Los objetivos de este estudio de mercado son:

Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada al servicio de catering especializado para adultos mayores y personas con restricciones alimentarias con servicio a domicilio en la ciudad de Quito.

Objetivos Específicos:

- Determinar el nivel de aceptación que tendrá el servicio ofrecido en la ciudad de Quito.
- Diseñar estrategias de marketing para hacer llegar el servicio a los consumidores.
- Determinar el tamaño de mercado potencial del servicio de catering especializado.
- Encontrar la frecuencia con que los consumidores adquirirán nuestro servicio.
- Hallar los medios por los cuáles se infundirá la información de nuestra empresa.
- Determinar el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el servicio.

3.4.4. Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará esta fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

En dónde;

P: probabilidad de éxito

Q: probabilidad complementaria (fracaso)

Z: nivel de confianza

E: error

N: tamaño de la población

En el caso de NutriLunch, el servicio está enfocado principalmente a dos grupos específicos que son todas aquellas personas adultas que están propensas a sufrir enfermedades nutricionales a partir de los 20 años de edad y el otro grupo son todas las personas mayores (hombres y mujeres) a los 65 años de edad que requieren de una dieta adecuada a su edad. Dichos grupos a los que se pretende llegar están ubicados en la zona urbana de la ciudad de Quito.

Tabla No 3 Grupos Quinquenales de edad en la Ciudad de Quito

Grupos quinquenales de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 20 a 24 años	76614	79961	156575
De 25 a 29 años	74866	78923	153789
De 30 a 34 años	64167	68516	132683
De 35 a 39 años	53577	59957	113534
De 40 a 44 años	45760	51749	97509
De 45 a 49 años	42230	49054	91284
De 50 a 54 años	34479	39791	74270
De 55 a 59 años	28616	32838	61454
De 60 a 64 años	21747	25205	46952
De 65 a 69 años	16470	19762	36232
De 70 a 74 años	11234	14029	25263
De 75 a 79 años	7674	10081	17755
De 80 a 84 años	5361	7581	12942
De 85 a 89 años	2708	4119	6827
De 90 a 94 años	1107	1877	2984
De 95 a 99 años	302	563	865
De 100 años y más	56	108	164
Total	486968	544114	1031082

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: INEC

Para dicho cálculo de la muestra se ha tomado en cuenta con una población de 1.031082 habitantes que se encuentran dentro de los respectivos rangos de edades.

Resolución de la Fórmula:

$$\frac{(1.96^2)x(50)x(50)x(1.031.082)}{5^2(1.031.082 - 1) + (1.96^2)x(50)x(50)}$$

n=	384
-----------	------------

3.4.5. Diseño de la Encuesta

ANEXO 1

3.4.6. Diseño de Entrevistas

ANEXO 2

3.4.7. Resultados de la Encuesta**Tabla No 4** Género de los Encuestados

Mujeres	210
Hombres	174
Total	384

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** Ana Bernal

Gráfico No 18 Género de los Encuestados

Fuente: Investigación propia

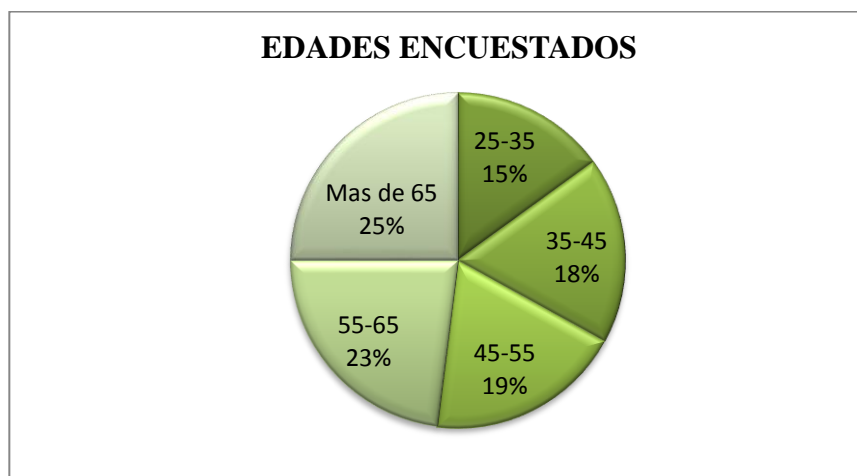
Elaborado por: Ana Bernal

Tabla No 5 Edades de los Encuestados

25-35	58
35-45	69
45-55	73
55-65	88
Mas de 65	96
Total	384

Fuente: Investigación propia

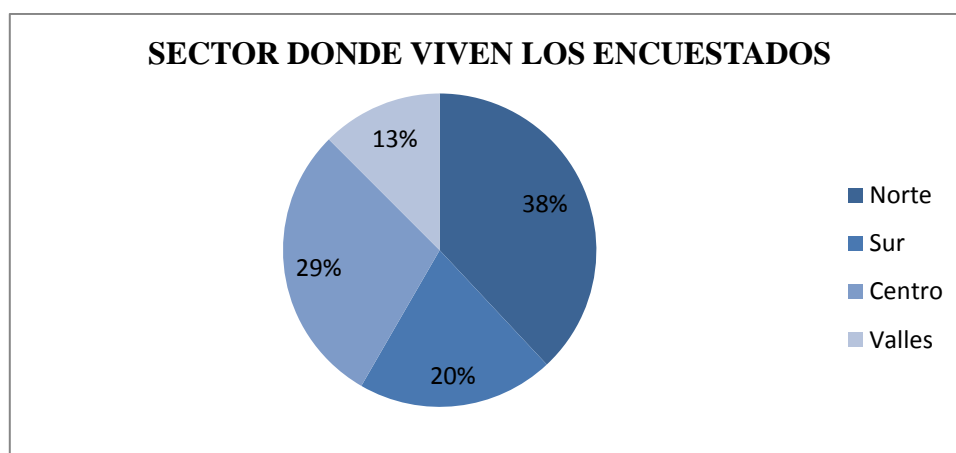
Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 19 Edades de los Encuestados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Los rangos de edades de los encuestados van a partir de los 20 años en adelante porque a partir de esta edad las personas empiezan a estudiar y a trabajar, por consiguiente, necesitan de una adecuada alimentación para poder rendir en sus labores.

Gráfico No 20 Sector donde viven los Encuestados

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Se puede observar que la población encuestada reside en su mayoría en el Norte y Centro de la ciudad. En el norte un 38% y en el centro un 29%.

¿Sabe Ud. si los alimentos que consume fuera de casa están correctamente preparados?

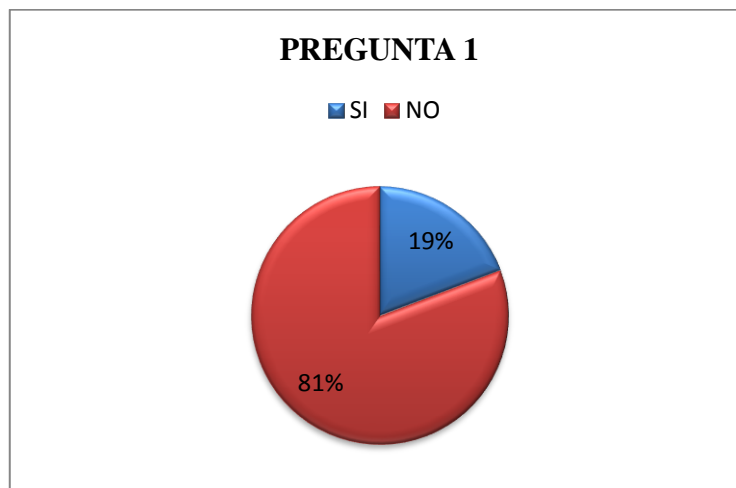
Tabla No 6 Respuestas Pregunta 1

SI	74
NO	310
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 21 Respuestas Pregunta 1



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

En la primera pregunta se puede notar que el 81% de los encuestados no sabe a ciencia cierta la procedencia y elaboración de los alimentos que consumen, mientras que un 19% de las personas admite saber la procedencia de los alimentos que compra.

¿Está consciente que una correcta alimentación le evitará posibles enfermedades en el futuro?

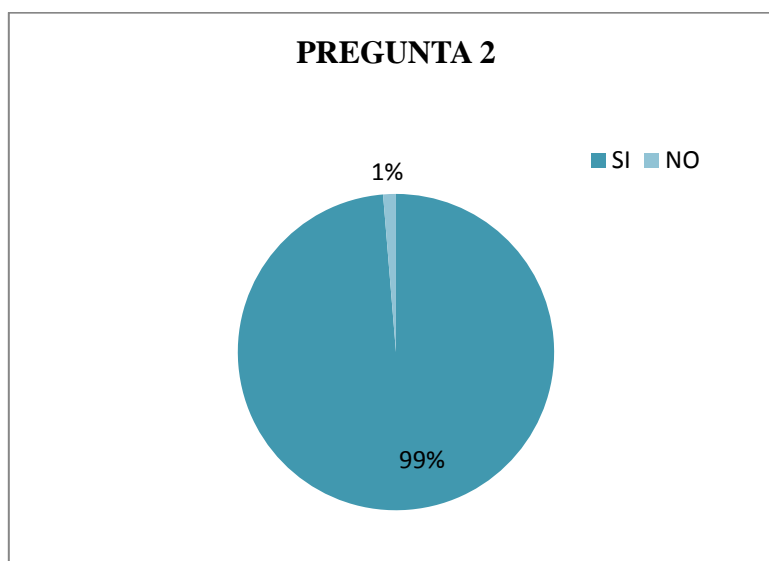
Tabla No 7 Respuestas Pregunta 2

SI	379
NO	5
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 22 Respuestas Pregunta 2



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

En esta pregunta se pudo observar que la mayoría de los encuestados 99%, sabe que una adecuada alimentación puede prevenir enfermedades futuras, lo que es un buen indicador ya que significa que esta preocupación está presente en casi todos los ciudadanos.

¿Tiene en su familia alguien que tenga algún tipo de enfermedad como diabetes, hipertensión, obesidad, etc.?

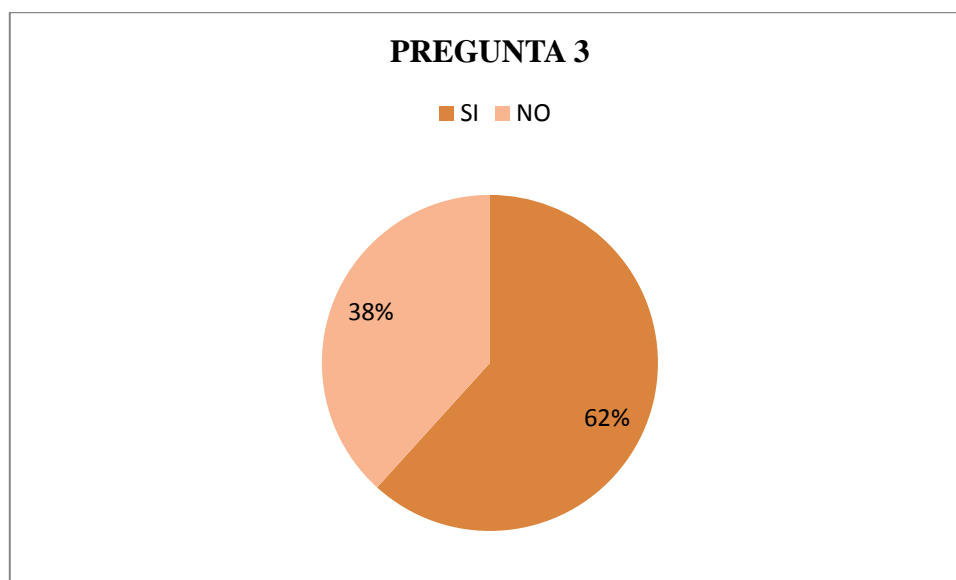
Tabla No 8 Respuestas Pregunta 3

SI	237
NO	147
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 23 Respuestas Pregunta 3



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

El 62% de los encuestados dicen tener familiares cercanos que padecen de enfermedades tales como diabetes, hipertensión y sobrepeso, mientras que un 38% de las personas dicen que no poseen familiares con dichas dolencias. La presencia de estas enfermedades es significativa en la población e indica que existen personas que no llevan hábitos alimenticios adecuados que conllevan a adquirir estas enfermedades crónicas tan peligrosas.

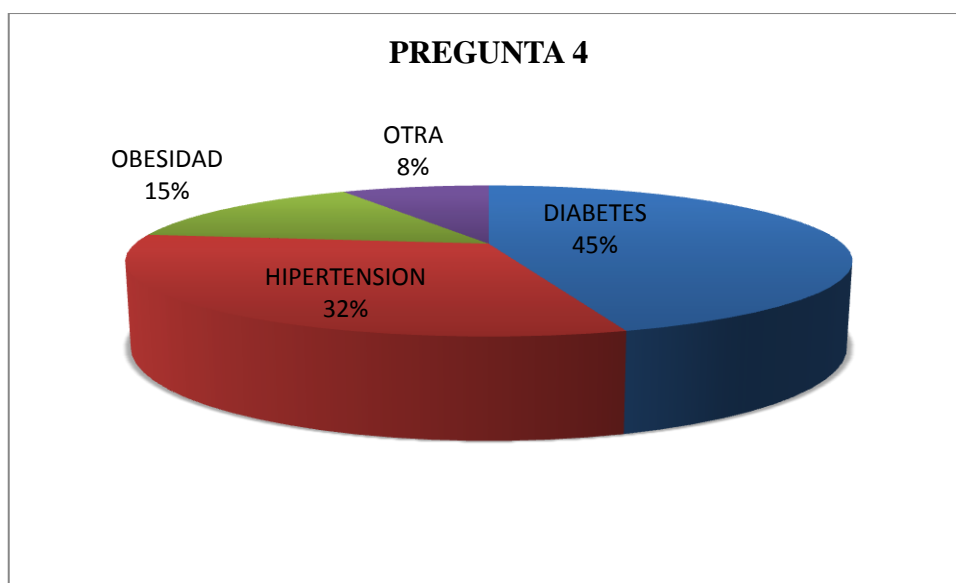
Si contestó afirmativa la pregunta anterior, ¿Cuál de las enfermedades descritas tiene su familiar?

Tabla No 9 Respuestas Pregunta 4

DIABETES	107
HIPERTENSION	76
OBESIDAD	35
OTRA	19
Total	237

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 24 Respuestas Pregunta 4



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

De los encuestados que dijeron tener familiares con dichas enfermedades crónicas la enfermedad con mayor número de pacientes es la diabetes con un 45%, seguido de la hipertensión con un 32%, y en menor porcentaje con un 15% con obesidad, sin embargo muchas personas dijeron que tienen familiares con otras enfermedades tales como cánceres.

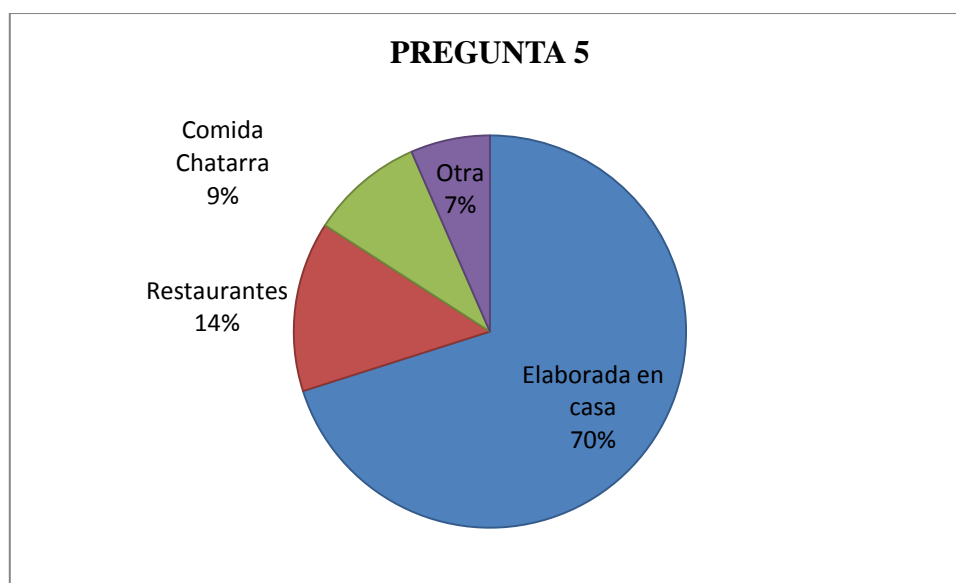
Si contestó afirmativa la pregunta anterior, ¿Qué tipo de comida consume dicha persona?

Tabla No 10 Respuestas Pregunta 5

Elaborada en casa	166
Restaurantes	33
Comida Chatarra	22
Otra	16
Total	237

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 25 Respuestas Pregunta 5



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Los tipo de comida consumidas por las personas que poseen dichas enfermedades con: con un 70% comida elaborada en casa, un 14% elaborada en restaurantes, un 9% con comida chatarra y un 7% de personas que dicen que sus familiares se alimentan con dietas específicas.

¿En su familia alguien sufre de algún tipo de alergia o intolerancia a determinado alimento?

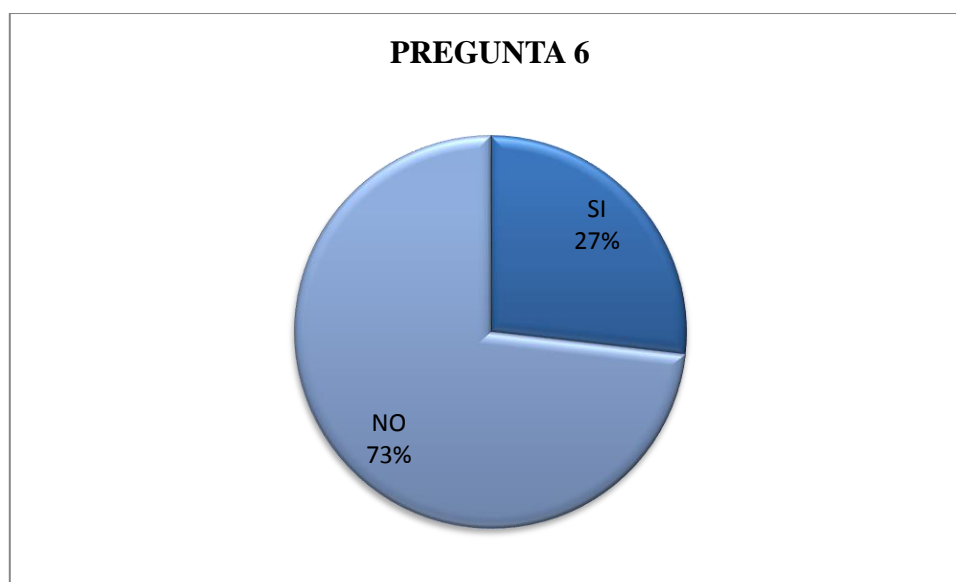
Tabla No 11 Respuestas Pregunta 6

SI	103
NO	281
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 26 Respuestas Pregunta 6



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

El 73% de los encuestados dijeron que no poseen familiares que tengan alergias o intolerancias a ciertos alimentos, mientras que un 27% dicen que si las tienen, y principalmente a la lactosa, al cerdo, a los colorantes, mariscos, cítricos, embutidos, gaseosas, huevos, gluten y almendras o nueces.

¿Dentro de su familia hay adultos mayores?

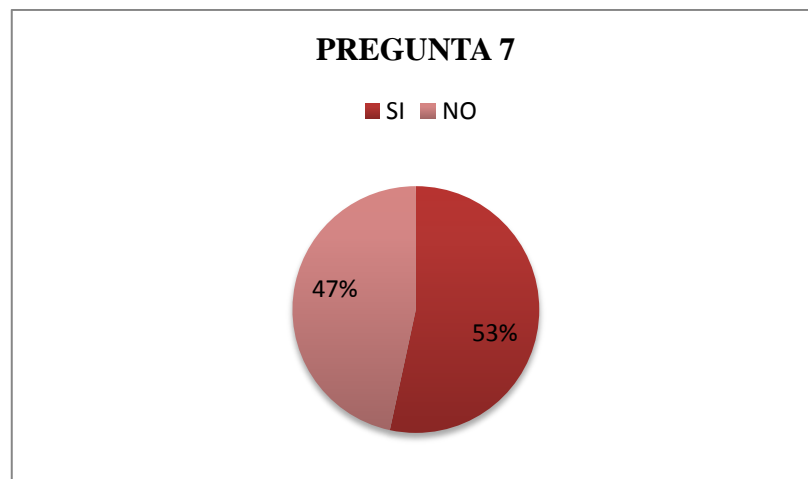
Tabla No 12 Respuestas Pregunta 7

SI	205
NO	179
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 27 Respuestas Pregunta 7



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Más de la mitad de encuestados (53%) dice que dentro de su familia cercana tienen a adultos mayores, mientras el otro 47% dicen no tener adultos mayores en su familia más cercana.

¿Quién se encarga de la alimentación del adulto mayor de su familia?

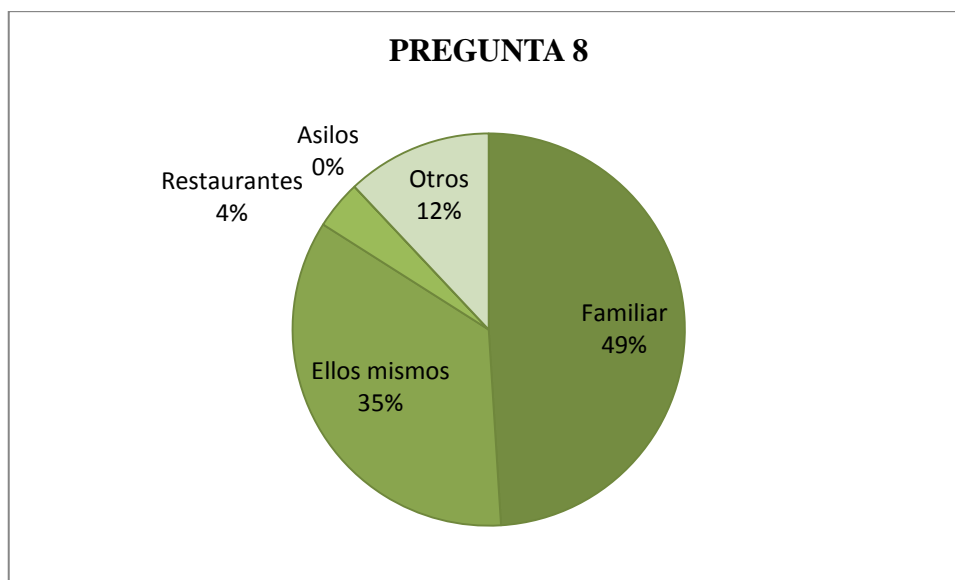
Tabla No 13 Respuestas Pregunta 8

Familiar	100
Ellos mismos	71
Restaurantes	8
Asilos	0
Otros	24
Total	204

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 28 Respuestas Pregunta 8



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Dentro de las personas que dijeron si tener adultos mayores dentro de su familia, indican que un 49% se alimentan de comida elaborada por un familiar, el 35% contestó que ellos mismos son quienes se elaboran su propia comida diaria, un 4% de encuestados acude a restaurantes cercanos a almorzar y un 12% indica que quien le prepara su comida es la empleada o la enfermera a cargo.

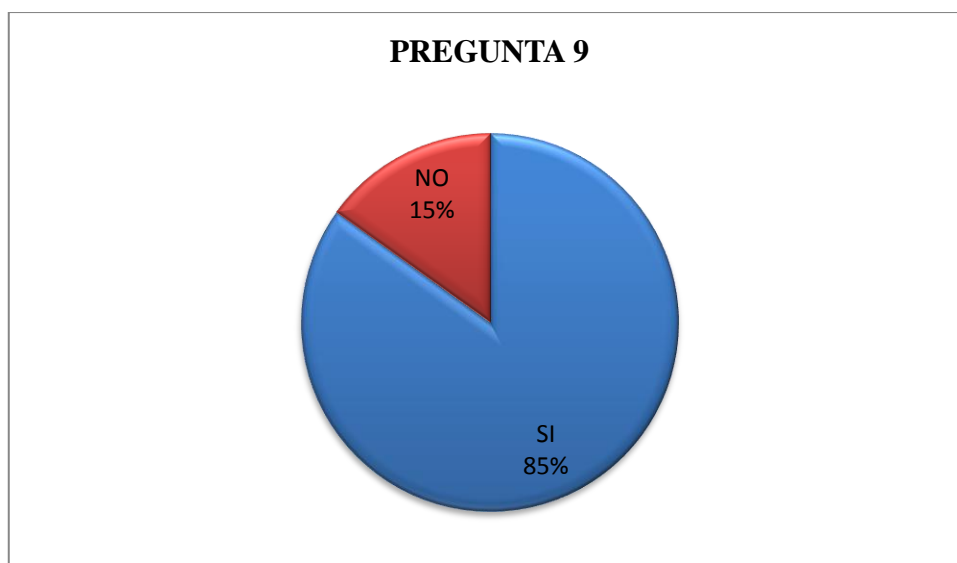
¿Si existiera una empresa que brindara el servicio de alimentación diaria a domicilio a personas con restricciones alimentarias (por enfermedad, alergias o intolerancias) estaría dispuesto a utilizar dichos servicios?

Tabla No 14 Respuestas Pregunta 9

SI	326
NO	58
Total	384

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 29 Respuestas Pregunta 9



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Un 85% de los encuestados indica que si estaría dispuesto a usar el servicio de alimentación a domicilio para personas con restricciones alimentarias o con alergias e intolerancias, mientras que un 15% indica que no estaría dispuesto.

¿Si existiera una empresa que le brindara el servicio de alimentación a domicilio para las personas mayores de su hogar de una manera segura, higiénica y cómoda, estaría dispuesto a pagar por dicho servicio?

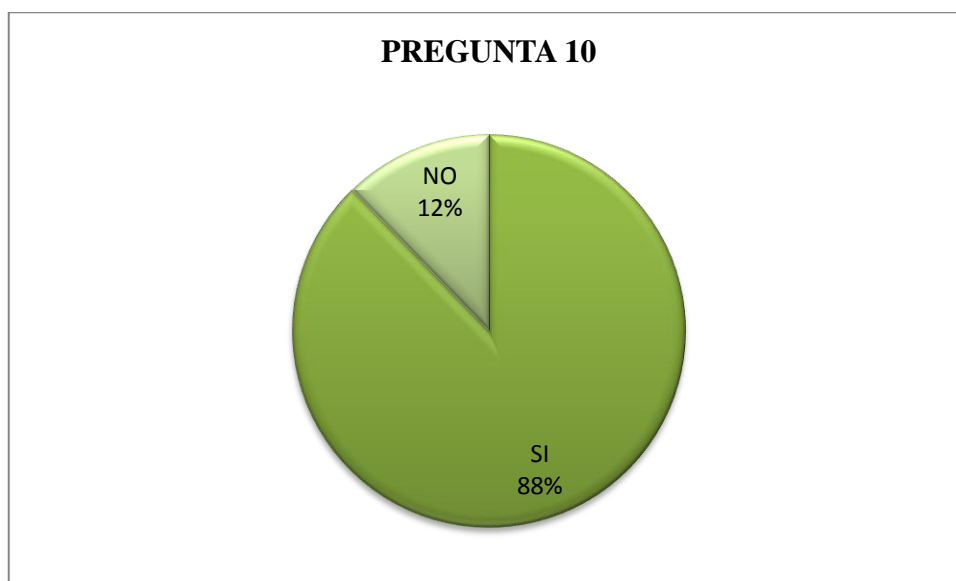
Tabla No 15 Respuestas Pregunta 10

SI	337
NO	47
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 30 Respuestas Pregunta 10



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Un 88% de los encuestados indica que si estaría dispuesto a usar el servicio de alimentación a domicilio para adultos mayores, mientras que un 12% indica que no estaría dispuesto.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio (almuerzo) a domicilio diariamente?

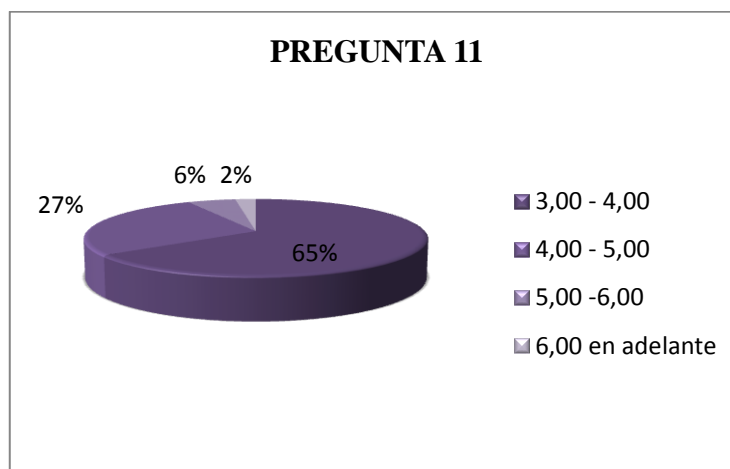
Tabla No 16 Respuestas Pregunta 11

3,00 - 4,00	250
4,00 - 5,00	105
5,00 - 6,00	20
6,00 en adelante	9
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 31 Respuestas Pregunta 11



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

En el precio dispuesto a pagar por los encuestados por dicho servicio de alimentación a domicilio tiene una mayoría en el rango de 3.00 a 4.00 por almuerzo.

¿Cuántas veces por semana utilizaría éste servicio?

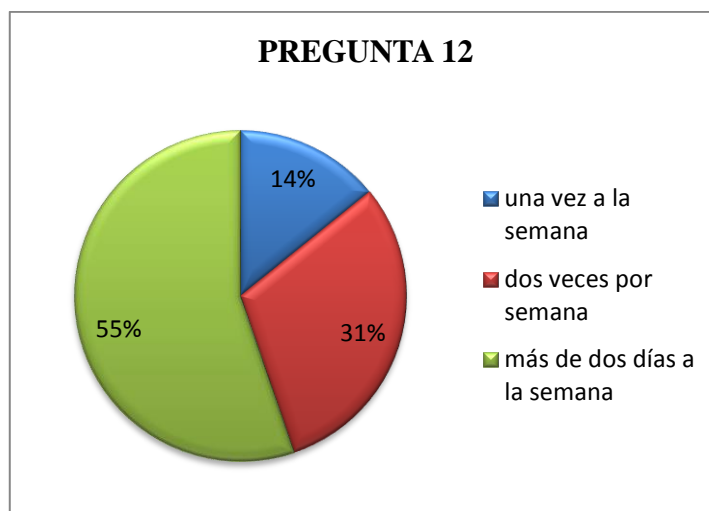
Tabla No 17 Respuestas Pregunta 12

una vez a la semana	54
dos veces por semana	117
más de dos días a la semana	212
Total	384

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 32 Respuestas Pregunta 12



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

La frecuencia con que compraría la mayor parte de los encuestados es más de dos días a la semana.

¿Cómo le gustaría recibir información nutricional sobre estas dietas?

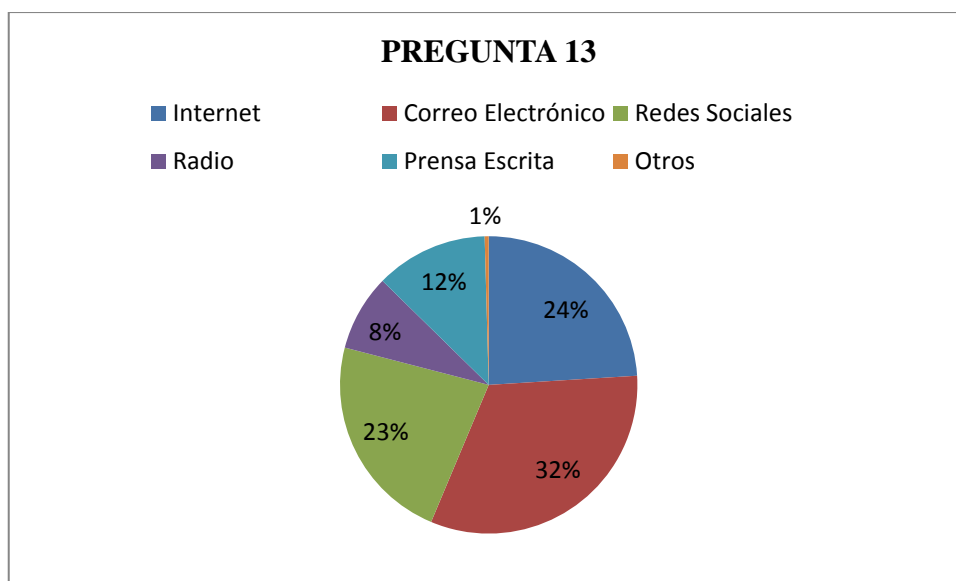
Tabla No 18 Respuestas Pregunta 13

Internet	102
Correo Electrónico	137
Redes Sociales	96
Radio	35
Prensa Escrita	52
Otros	2
Total	423

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 33 Respuestas Pregunta 13



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

La mayoría de las personas interesadas por dicho servicio cree conveniente que la mejor forma de anunciar y de enviar información nutricional es a través de correo electrónico, por página web y redes sociales.

3.4.8. Resultados entrevistas

Las entrevistas fueron realizadas a personas que están en contacto con la industria del catering y también a personas que conocen sobre la nutrición y alimentación, así como a una persona que formaría parte de los clientes de NUTRILUNCH.

ENTREVISTADO: Ximena Salazar, Nutricionista

Dentro del ámbito nutricional se obtuvo como información que para que una dieta sea saludable debe estar compuesta por los 4 grupos de alimentos, debe ser variada, equilibrada y completa, tanto en calidad como en cantidad. Esto es aplicable para todo tipo de dietas.

El adulto mayor debe tener una alimentación tomando en cuenta las necesidades de cada individuo, las patologías que tienen, en la edad y deben ser adaptados a la funcionalidad de la persona. Es decir que los adultos mayores tienen características en común en momento de alimentarse, las cuales se deben tomar en cuenta el momento de realizar su comida, por ejemplo se debe evitar exceso de grasas y disminuir la cantidad de carbohidratos.

Los principales problemas que sufren las personas en cuanto a la mala alimentación son: déficit y exceso de nutrientes, sobrepeso, enfermedades metabólicas como diabetes e hipertensión, desnutrición y anemia.

La alimentación para personas con enfermedades crónicas debe ser específica para cada una, para quienes sufren de diabetes se debe tener especial control con los carbohidratos, para quienes tienen hipertensión se debe controlar el consumo de alimentos con sodio, sin embargo esto deberá determinar según el grado de la enfermedad y para personas el valor calórico disminuye por lo que se reemplazarán alimentos en la dieta.

ENTREVISTADO: Juan Sierra Chef Anú Eventos

Se realizó la entrevista a un especialista en gastronomía, quien pudo mencionar que la industria del catering en el país está desarrollada y se encuentra de forma masiva a nivel de eventos y empresarial, más no enfocado a las necesidades específicas de los clientes.

Las ventajas que posee el sector es que todas las personas se alimentan a diario, por lo que siempre habrá una necesidad constante. Una desventaja es que existe competencia y establecimientos que sacrifican la calidad por costo, generando así una competencia muy alta.

Las pocas empresas o negocios pequeños que tratan de enfocarse en la en el cuidado de la salud no poseen persona de planta que brinde asesoría personalizada.

Una ventaja diferenciadora de las empresas exitosas en el ámbito del catering es que se brinde un servicio especializado y con creaciones innovadoras.

Las nuevas tendencias en las principales ciudades en cuanto a la cocina es la comida de vanguardia, internacional y aquella que represente estar alimentados sanamente.

ENTREVISTADO: Rosana Flores, Adulto Mayor

En dicha entrevista se llegó a varias conclusiones como que las enfermedades que en la actualidad tiene esta persona se deben a una mala alimentación a lo largo de toda vida, por lo que es un momento en que la buena alimentación es prioridad en su vida diaria.

Muchas veces los adultos mayores trabajan todavía o ya son jubilados. Cada escenario tiene una situación diferente, las personas que aún trabajan, muchas veces no tienen tiempo para prepararse sus alimentos por lo que compran en salones o restaurantes comida cercana, pero sin embargo no poseen los nutrientes necesarios para su salud.

Y también existen jubilados que se preparan ellos mismos sus alimentos, o a su vez les preparan sus familiares cercanos, quienes muchas veces cocinan la comida para toda la familia sin tomar en cuenta necesidades nutricionales de las personas mayores.

3.4.9. Análisis de la Demanda

DEMANDA DEL MERCADO

La cuantificación de la demanda, permite determinar aspectos relacionados con el tamaño del proyecto, su localización, el tipo de estructura organizacional más indicada, la capacidad instalada apropiada para la empresa, el proceso de producción a aplicarse y las necesidades financieras del mismo. (Flórez Uribe, 2012)

Si la demanda es menor que la oferta, el plan de negocios será rechazado, pero si por el contrario la demanda resulta mayor que la oferta significa que existe una demanda insatisfecha y existe posibilidad de ser partícipes del mercado.

CÁLCULO DE LA DEMANDA

La demanda calculada para el servicio de catering especializado a domicilio en la ciudad de Quito se ha realizado en base a la fórmula descrita a continuación, cuyo objetivo es determinar la demanda estimada del servicio. Se ha tomado en cuenta factores demográficos y geográficos.

$$D= N \times Q \times P$$

D: Demanda potencial de todo el mercado

N: Número de compradores del servicio

Q: Cantidad de servicio adquirido por un comprador promedio

P: Precio del servicio promedio

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El segmento del mercado es una porción de clientes potenciales con características comunes entre sí y que representa mayor potencial de ventas para el proyecto.

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

a) DEMANDA/USUARIOS

La primera variable tomada en cuenta fue la geográfica, que divide al mercado en regiones. Para esto se tomaron datos del último censo realizado en el país en el 2010 por el INEC.

Tabla No 19 Cálculo de la Demanda

CÁLCULO DE LA DEMANDA			
VARIABLE GEOGRÁFICA			
PAÍS	Ecuador		14.483.499
PROVINCIA	Pichincha		2.578.063
CANTÓN	Quito		2.239.191
CIUDAD	Quito Urbano		1.619.146
SECTOR	Centro-Norte	17,81%	288.384
PARROQUIAS	Belisario Quevedo, Cochapamba, Iñaquito, Jipijapa, Kennedy, La Concepción, Mariscal Sucre y Rumipamba		

Fuente: INEC**Elaborado por:** Ana Bernal

NutriLunch estará ubicada en el cantón Quito, en la zona urbana de la ciudad y en sus inicios atenderá el mercado del sector centro-norte de Quito. La población de las parroquias a las que se desea atender corresponde al 17,81% del total de la ciudad, es decir que existen 288.324 personas en el sector elegido.

Tabla No 20 Población Sector Centro Norte de Quito

POBLACIÓN SECTOR CENTRO NORTE QUITO	
Belisario Quevedo	45370
Cochapamba	57679
Iñaquito	4449
Jipijapa	34677
Kennedy	70041
La Concepción	31892
Mariscal Sucre	12976
Rumipamba	31300
TOTAL POBLACIÓN	288384

Fuente: INEC**Elaborado por:** Ana Bernal

La segunda variable analizada es la demográfica, que divide al mercado en grupos basados en edad, familia, ingresos y algunas otras variables. La empresa tendrá dos segmentaciones específicas es decir definirá los dos tipos de población a la que va dirigida específicamente.

Tabla No 21 De las Variables Demográficas

VARIABLE DEMOGRÁFICA		
GÉNERO	Femenino y Masculino	288.384
ESTADO CIVIL	Todos	288.384
ADULTOS MAYORES DE 65 AÑOS	6,32%	18.226
PERSONAS CON RIESGO DE CONTRAER ENFERMEDADES	46,93%	135.339
	DEMANDA POTENCIAL	153.564

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Bernal

La primera población es la de los adultos mayores, que en la ciudad de Quito corresponde al 6,32% de la población total y en ella se encuentran hombres y mujeres desde los 65 años de edad en adelante.

Tabla No 22 De la Población por edades de la ciudad de Quito

POBLACIÓN POR EDAD QUITO	
De 65 A 69 Años	2,23%
De 70 A 74 Años	1,55%
De 75 A 79 Años	1,09%
De 80 A 84 Años	0,79%
De 85 A 89 Años	0,42%
De 90 A 94 Años	0,18%
De 95 A 99 Años	0,05%
Mayores De 100 Años	0,01%
TOTAL POBLACIÓN MAYOR	6,32%

Elaborado por: INEC

Fuente: (INEC)

La segunda población elegida incluye tanto a personas que se encuentra en un rango de edad entre los 10 y los 59 años quienes están en riesgo de contraer enfermedades como diabetes e hipertensión cuya principal consecuencia es la obesidad, y también corresponde a personas que ya poseen dichas enfermedades en la actualidad.

Por lo tanto, la demanda potencial será de:

a) DEMANDA POTENCIAL

DEMANDA POTENCIAL	153.564
--------------------------	----------------

b) FRECUENCIA DE COMPRA

Tabla No 23 Cálculo de la frecuencia de Compra

CALCULOS FRECUENCIA			PERIODOS Semanales	PERIODOS Mensuales
1 vez a la semana	14%	0,56	1,00	4,00
2 veces a la semana	31%	2,48	2,00	8,00
3 veces a la semana o más	55%	6,6	3,00	12,00
Nro de veces promedio al MES		9,64		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

c) PRECIO PROMEDIO

MONTO	\$ 3,50
--------------	----------------

Tabla No 24 Cálculo de la Demanda según fórmula

USUARIO	153.564,00
FRECUENCIA	9,64
MONTO	\$ 3,50
DEMANDA POTENCIAL:	\$ 5.181.249,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

3.4.10. Marketing Mix

El Marketing Mix es un conjunto de herramientas con las que el área de Mercadotecnia de una empresa cuenta para lograr objetivos de la empresa, es decir son estrategias enfocadas a cuatro ámbitos cuyo objetivo será influenciar en la decisión de compra de los clientes.

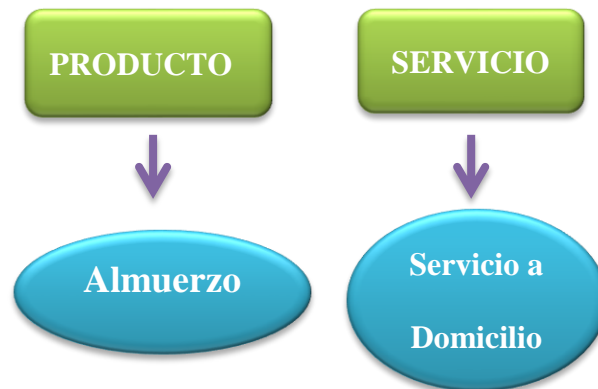
Gráfico No 32 Marketing Mix

Fuente: (Armstrong, 2008)
Elaborado por: Armstrong

PRODUCTO

El producto se refiere a la combinación de bienes y servicios que la empresa ofrece al mercado meta con el objeto de satisfacer necesidades de los clientes. (Armstrong, 2008, pág. 53)

El Producto que ofrecerá NutriLunch será el de almuerzo completo saludable y acorde a la dieta requerida para todas aquellas personas que necesiten o gusten de una alimentación especializada y saludable y será elaborado en función de las necesidades de cada tipo de cliente.

Gráfico No 33 Producto y servicio de Nutrilunch

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

NutriLunch será una empresa que brinde el servicio de catering especializado esencialmente para personas con restricciones alimenticias y adultos mayores agregando el valor de un servicio a domicilio.

Los principales servicios que NutriLunch ofrecerá son:

- Alimentación para adultos mayores.
- Alimentación para personas con restricciones alimentarias (Diabetes, Hipertensión, Sobrepeso).
- Alimentación para personas con alergias e intolerancias.
- Alimentación para todas aquellas personas que deseen cuidar su salud.

El servicio brindado por NutriLunch tendrá las siguientes características:

- Servicio de alimentación equilibrado y completo
- Puntualidad en la entrega a domicilio.
- Servicio preventa nutricional adecuado a cada cliente
- Servicio Post-venta a los clientes
- Seguimiento constante a los clientes brindando apoyo y consejería nutricional
- Frescura del producto.
- Presentación agradable y óptima calidad del producto.

LOGO: El logo de la empresa contiene un gráfico que denota la fortaleza de sus productos, siendo vegetales frescos y naturales los que están siendo llevados por un tenedor y un cuchillo, elementos que corresponden a los utensilios usados en un almuerzo o plato fuerte.

Esta imagen permite a los consumidores tener una idea en su mente de que la empresa usa en sus productos, alimentos naturales, frescos y nutritivos acompañados de la marca de la empresa en una combinación de colores muy actual y combinable con los colores de la imagen.

SLOGAN: El slogan que utilizará la empresa es “Alimentación que cuida tu salud”, evidenciando en su nombre el principal giro del negocio y su ventaja competitiva, que es la de brindar un servicio de alimentación al público y a la vez cuidar la salud de forma sana y natural.

Gráfico No 34 Logo de Nutrilunch



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Envases

Los empaques de NutriLunch son una parte importante en el concepto del producto y serán realizados con plástico ecológico y tendrán las siguientes características:

- Fácil de transportar y almacenar
- Transparente
- Con información nutricional
- Con compartimentos para diferentes tipos de comidas
- Hermético
- Con el logo de NutriLunch

Gráfico No 35 Envases

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

PRECIO

Es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto o servicio. (Atmstrong, 2008, pág. 52). Definir el precio permitirá crear las estrategias y herramientas adecuadas para llegar al consumidor.

Uno de los factores determinantes del precio será el precio del mercado y la demanda existente.

De acuerdo al análisis de mercado anteriormente realizado el rango de precio por almuerzo con servicio a domicilio con las características mencionadas anteriormente se encuentra entre 3.00 y 4.00 dólares.

Los clientes podrán escoger la forma de pago que deseen entre estas dos: en efectivo y a crédito (con tarjeta). Se realizarán pagos mensuales o semanales, según las necesidades del cliente.

PLAZA

La plaza se refiere a las actividades de la empresa que ponen al producto a disposición de los consumidores meta. (Atmstrong, 2008, pág. 52) Es decir, la plaza constituye el canal a través del cual el producto llega al cliente final para satisfacer su necesidad.

En NutriLunch la distribución se convierte en una ventaja diferencial y competitiva, ya que será la de entrega a domicilio diariamente.

La entrega a domicilio consistirá en que los clientes realizan sus pedidos de almuerzo mediante página web, redes sociales, teléfono, celular o personalmente y NutriLunch despachará los pedidos ofreciendo el valor agregado de la entrega a domicilio, para brindar facilidad y comodidad a sus clientes para que el producto llegue en perfecto estado. De esta manera, se pretende brindar un servicio completo a los consumidores de una forma ágil, rápida y segura.

PROMOCIÓN

Consiste en comunicar e informar a los clientes o potenciales clientes sobre la existencia de la empresa, los productos que ofrece, los servicios y características principales diferenciadoras, además de estrategias para hacer más atractiva la compra de este producto o servicio.

Para promocionar a NutriLunch se utilizará principalmente las redes sociales como Facebook y Twitter, así también como hojas volantes cerca de oficinas, cuñas en radios, revistas de salud y periódicos. NutriLunch contará de igual manera con una página web donde las personas interesadas podrán hacer sus pedidos.

La publicidad boca a boca también será útil para ofrecer el servicio a conocidos y referencias de los clientes.

Gráfico No 36 Página de Facebook de Nutrilunch



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Una herramienta fundamental para la promoción de Nutrilunch será el uso de Facebook para poder potenciar la marca, de esta forma se tendrá un control estadístico del número de seguidores que ha conseguido la empresa de forma cronológica y la efectividad de las promociones que se vayan realizando.

De igual manera la página de Facebook tendrá acceso directo a la página web de NutriLunch, la misma que será uno de los principales medios de pedidos y ventas de la empresa. Contará con la información más relevante, además tendrá imágenes reales de los productos ofrecidos y los clientes tendrán la oportunidad de ponerse en contacto y realizar sus pedidos a domicilio.

4. ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL

4.1. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico de un plan o proyecto comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad de una empresa a fin de determinar aspectos como el tamaño, equipos, localización, instalaciones, procesos, entre otros.

El Estudio Técnico realizado para la empresa NutriLunch consistirá en definir aspectos importantes en cuanto a la localización de la planta, el diseño que tendrá, los recursos que serán requeridos para implementarla, definición de procesos y actividades más importantes, así también se definirán aspectos legales que deberán ser tomados en cuenta al momento de instalar la empresa.

4.2.1. Localización (Layaout)

Se ha determinado que NutriLunch tendrá su planta en un sitio estratégico y central, con el fin de poder distribuir los almuerzos tanto a la parte norte como a la parte central de la ciudad de Quito.

La ubicación de la planta estará situada en la siguiente dirección: calle Fray Bartolomé de las Casas y Ruiz de Castilla, en el sector Las Casas de la ciudad de Quito.

Esta ubicación se decidió tomando en cuenta aspectos como la facilidad de vías de acceso hacia los diferentes puntos de la ciudad donde se realicen las entregas.

Datos de la ubicación geográfica:

Provincia: Pichincha

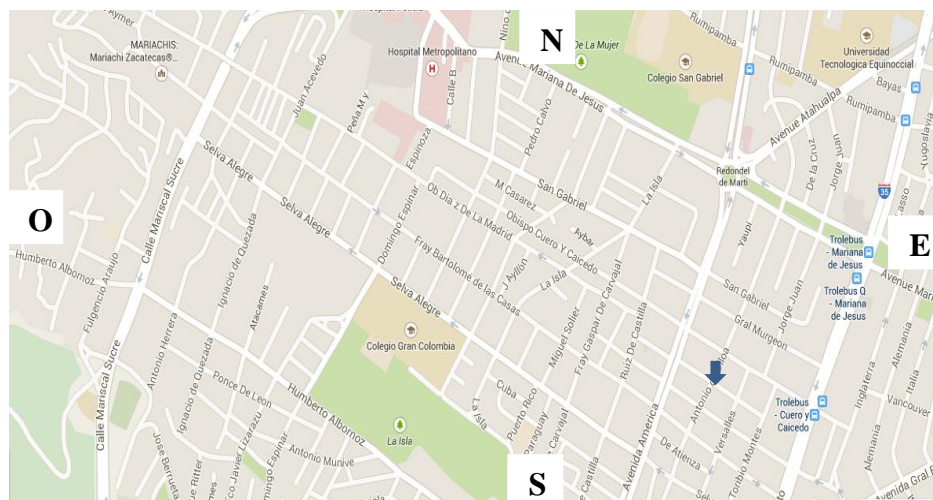
Cantón: Quito

Sector: Centro-Norte

Parroquia: Belisario Quevedo

Barrio: Las Casas

Gráfico No 37 Barrio ubicación de Nutrilunch



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Gráfico No 38 Croquis de Nutrilunch

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

4.2.2. Tamaño

La planta deberá contar con el espacio suficiente para el desarrollo normal de sus actividades, así mismo deberá tener las seguridades para este tipo de industrias.

El espacio estimado para la planta será de 150 metros cuadrados, se destinarán áreas de bodega o almacenamiento, cuarto frío, cocina, oficinas, recepción, despacho de pedidos, parqueadero, área de residuos, casilleros y baños.

La distribución de la empresa será la siguiente:

Tabla No 25 Distribución de la Planta Por M2





<u>Área</u>	<u>Espacio Destinado</u>
Cocina	45 m ²
Bodega	10 m ²
Cuarto Frío	8 m ²
Despacho de Pedidos	10 m ²
Residuos	5 m ²
Baños	8 m ²
Oficinas	30 m ²
Recepción	10 m ²
Parqueadero	20 m ²
Casilleros	4 m ²

Fuente:

Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

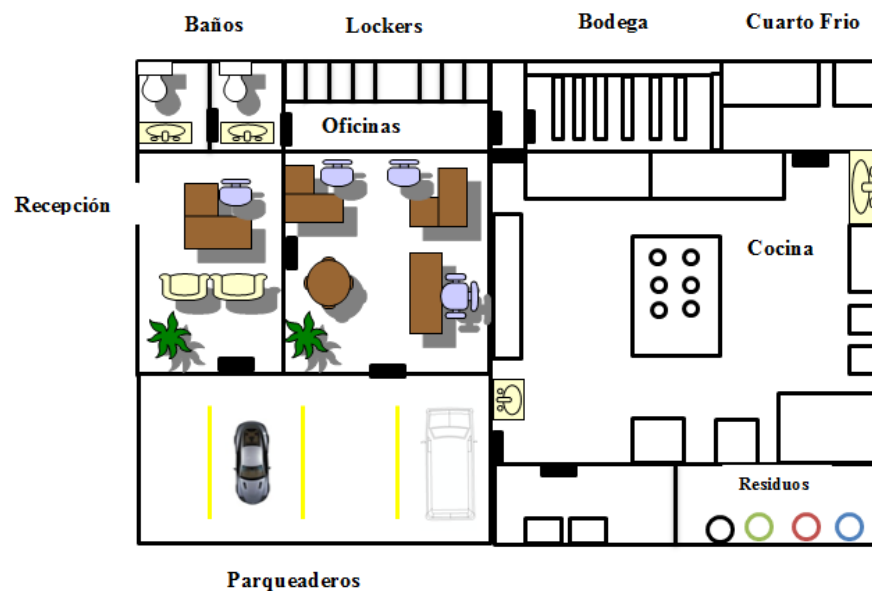
4.2.3. Diseño

La planta de NutriLunch contará con los siguientes espacios físicos:

-  Almacenamiento o Bodega
-  Cuarto Frío
-  Cocina
-  Despacho

- ✚ Oficinas
- ✚ Recepción
- ✚ Parqueadero
- ✚ Casilleros
- ✚ Baños

Gráfico No 39 Diseño de la Planta



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

El área de cocina será implementada y distribuida de forma eficiente, se contará con zona de cocción, de mise and place, lavaplatos, lavamanos. Estará separada acorde los tipos de alimentos por sectores, de manera que no exista contaminación cruzada.

La Bodega almacenará todos los productos que se puedan guardar sin necesidad de congelar, estará dividido por tipos de alimentos en secciones y

se deberá prestar especial atención a las fechas de vencimiento. El sistema de inventario tendrá la regla FIFO, de que los productos que entren primero serán los que primero se ocupen y los últimos en llegar serán utilizados posteriormente con el fin de evitar caducidad y daño de los productos.

El cuarto frío constará de congeladores donde se separará por tipos de alimentos para evitar la contaminación.

El área de despacho de pedidos tendrá el espacio suficiente para agrupar y preparar los alimentos en sus respectivos envases a fin de que estén listos para cargar al vehículo distribuidor hacia los clientes.

Los residuos estarán en un área separada y alejada de la cocina, se agruparán de acuerdo a los colores respectivos con sus basureros: negro para residuos orgánicos, rojo para plásticos, verde para residuos de vidrios y azul para papel.

Los baños serán accesibles tanto para el personal de la planta como para el administrativo, y estarán separados de la zona de cocina.

Las oficinas tendrán el espacio necesario para el personal administrativo con los implementos adecuados para las operaciones diarias de la empresa. La zona de recepción estará adecuada para recibir a todos los clientes y personas interesadas en adquirir el servicio de NutriLunch.

Los empleados tendrán una zona de casilleros para que puedan guardar sus pertenencias y uniformes.

El espacio de parqueadero es vital para la empresa, deberá tener espacio suficiente para la llegada de vehículos tanto de proveedores como clientes, así como para el despacho de pedidos hacia la furgoneta de NutriLunch.

4.2.4. Requerimiento de Insumos y Recursos

Los insumos y recursos necesarios para la empresa están repartidos en el área de operaciones, logística y la parte administrativa, tanto para equipos y maquinarias como para el personal requerido.

Insumos para el Área de Operaciones (Cocina)

- Cocina Industrial
- Campana Extractora
- Mesa de Trabajo
- Pozo lavavajillas
- Bandeja
- Ollas
- Batidora Industrial
- Extractor de Jugos
- Rebanadores industriales
- Utensilios de cocina

- Congelador
- Refrigerador
- Microondas
- Horno
- Parrilla
- Plancha
- Estanterías de Cocina

Gráfico No 40 Equipamiento

 <p>Cocina Industrial</p>	 <p>Campana Extractora</p>	 <p>Mesas de trabajo</p>
 <p>Ollas Acero inoxidable</p>	 <p>Refrigerador Industrial</p>	 <p>Horno de Cocina</p>

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Insumos para el Área Administrativa

- Modulares
- Escritorios
- Sillas
- Computadora
- Teléfono
- Scanner
- Archivadores
- Impresora
- Copiadora
- Modem wifi

Gráfico No 41 Muebles

 <p>Modulares Oficina</p>	 <p>Computadores</p>
 <p>Impresora, copiadora, scanner</p>	 <p>Modem wifi</p>

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Insumos para la logística

- Furgón repartidor
- Empaques
- Adhesivos
- Fundas
- Cajas
- Gabetas Plásticas

Gráfico No 42 Vehículo



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

Personal Área Administrativa

- Gerente General
- Contador
- Nutricionista
- Recepcionista

Personal Área de Operaciones

- Jefe de Cocina
- Cocinero Principal
- Cocinero Ayudante

Personal Área de Logística

- Ayudante de Limpieza
- Repartidor de Pedidos

4.2.5. Cadena de valor

La cadena de valor de Porter es una herramienta de gestión cuyo fin es realizar un análisis interno de la empresa, lleva su nombre debido a que incluye todas aquellas actividades que se realizan en una empresa y que van añadiendo valor al producto o servicio.

La cadena de valor está formada por dos grupos de actividades, las principales y las de apoyo.

Las actividades primarias de NutriLunch son:

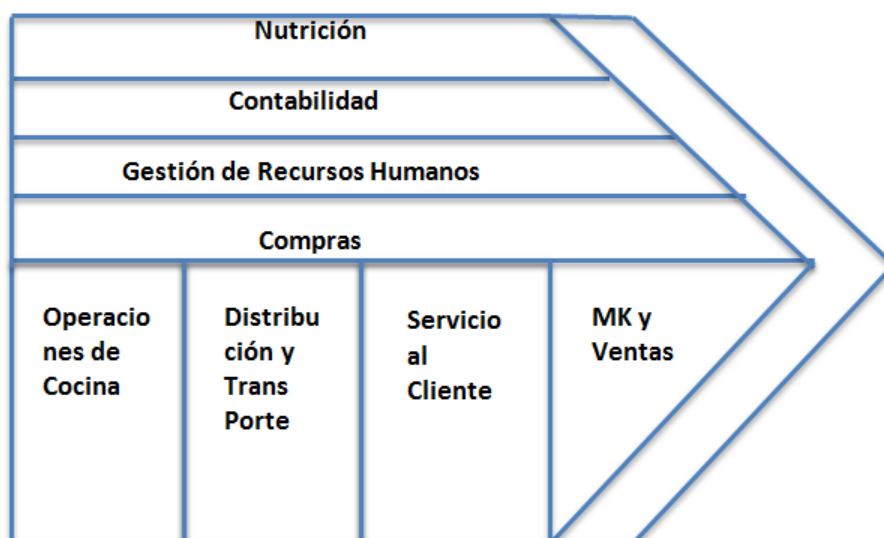
- **Operaciones de Cocina:** Es una actividad primordial de NutriLunch, en la que se elaboran los almuerzos, empieza desde la recepción de las

materias primas, es decir los alimentos, luego continua hacia la transformación mediante diferentes tipos de cocción y la obtención del producto final que es puesto en los envases adecuados.

- **Distribución y Transporte:** Actividad fundamental para poder hacer llegar al cliente final el producto deseado. Se encarga de transportar el producto hacia el consumidor. Es una actividad principal ya que su fin es que el servicio a domicilio se cumpla de manera eficiente, es decir a tiempo y completo.
- **Servicio al cliente:** Es una actividad que consiste en estar en contacto directo con el cliente con el fin de satisfacer sus deseos y necesidades de una manera eficiente. En NutriLunch ésta será una actividad que deberán brindar todos sus empleados tanto a clientes externos como internos con el fin de mejorar las operaciones de la empresa. Se brindará soporte y apoyo a los consumidores respecto a temas nutricionales y de sus respectivas dietas en caso de requerirlo.
- **Marketing y Ventas:** Actividades esenciales para que una empresa pueda desarrollarse, ya que de ésta dependerán las ventas que tengan y por ende la rentabilidad. Su buena gestión, así como la aplicación de correctas técnicas de mercadeo permitirán a NutriLunch introducirse y mantener una buena posición dentro del mercado del Catering en la ciudad de Quito.

Las actividades de apoyo son:

- **Soporte Nutricional:** Esta actividad se encarga de brindar un servicio profesional en la Nutrición a todos aquellos clientes que lo deseen. Consistirá en evaluar la situación nutricional de la persona y crearle una dieta acorde a su necesidad o enfermedad. También brindará el soporte a aquellas personas que tengan una dieta determinada para mejorar su calidad alimenticia.
- **Contabilidad:** Actividad de apoyo que se encargará de instrumentar y operar según las políticas y normativas vigentes los procesos del Sistema Contable de NutriLunch.
- **Gestión de Recursos Humanos:** Actividad que se encargará de realizar todos los procesos para la búsqueda, selección, contratación y evaluación de personal según requerimientos de NutriLunch.
- **Compras:** Actividad que consiste en aprovisionar de todos los insumos necesarios para las operaciones diarias de la empresa. En NutriLunch ésta actividad será de especial cuidado ya que deberá planear cuidadosamente la compra de insumos porque los alimentos pueden dañarse fácilmente. De la misma manera, se tomará especial cuidado al momento de elegir proveedores.

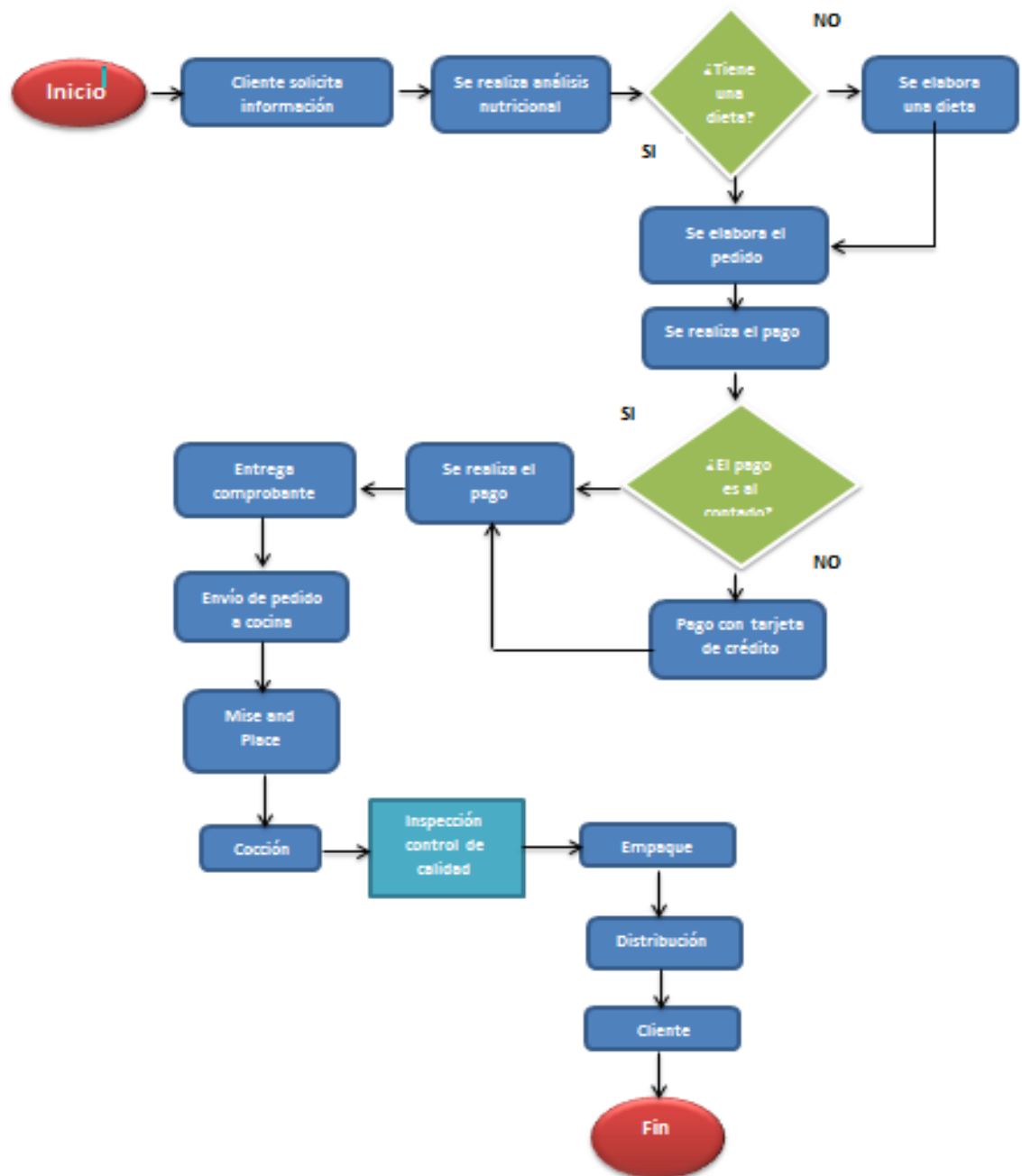
Gráfico No 43 Cadena de Valor de Nutrilunch

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

4.2.6. Procesos

NutriLunch contará con procesos definidos por cada actividad de la cadena de valor, sin embargo dichas actividades se puede resumir en el siguiente flujograma:

Gráfico No 44 Flujograma Principal Nutrilunch

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

4.3. ESTUDIO LEGAL

4.3.1. Requisitos Legales para el funcionamiento de la Empresa

NutriLunch se constituirá bajo la figura de persona natural al inicio de sus operaciones con el nombre Ana Cristina Bernal Flores.

Una persona natural es quien ejerce derechos y obligaciones a título personal, y deberá declarar los movimientos de la empresa.

Para su funcionamiento deberá ser inscrita en el RUC, que corresponde a un número de identificación para todas aquellas personas naturales o jurídicas que realicen actividad económica.

NutriLunch tendrá su domicilio en la Provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito.

4.3.2. Requisitos de funcionamiento

Para que NutriLunch pueda funcionar legalmente y con toda la documentación en regla deberá sacar los siguientes permisos y deberá hacer los trámites correspondientes.

Además deberá sacar otro tipo de permisos y certificados como:

- Patente Municipal
- Licencia Anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo
- Permiso otorgado por el cuerpo de Bomberos
- Certificado de capacitación de manipulación de alimentos

5. PLAN FINANCIERO

5.1. INVERSIÓN REQUERIDA

Para empezar en análisis financiero se procederá a determinar el valor de la inversión requerida, es decir con lo que la empresa deberá contar inicialmente para empezar su funcionamiento normal.

Generalmente las inversiones en los proyectos se realizan en una primera etapa que es la de instalación; sin embargo hay otras que se dan durante la operación en sí. (Flórez Uribe, 2012)

La inversión total se obtiene de la suma de:

- Activos Tangibles
- Activos Intangibles
- Capital de Trabajo

ACTIVOS TANGIBLES

Dentro de los Activos Tangibles se encuentran todos aquellos activos fijos que se van a requerir para iniciar la empresa y son: maquinaria y equipo de cocina, herramientas de cocina (menaje), muebles y enseres de oficina, vehículo y equipo de computación. El valor de los activos fijos para NutriLunch será de: \$13.973,00.

Tabla No 26 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS		
Conceptos	Valor	Total
Maquinaria y Equipo de Cocina	\$ 4.130,00	
Menaje de Cocina	\$ 800,00	
Muebles de Oficina	\$ 475,00	
Equipo de Oficina	\$ 218,00	
Equipo de Computación	\$ 350,00	
Vehículo	\$ 8.000,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 13.973,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Las especificaciones de cada tipo de activo se detallan en los Anexos.

ACTIVOS INTANGIBLES

Los Activos Intangibles incluyen la investigación y desarrollo, gastos de constitución y legalización, gastos de puesta en marcha e imprevistos.

NutriLunch incluirá dentro de sus activos intangibles: las patentes y permisos requeridos para iniciar el negocio, así como el gasto inicial de marketing o publicidad y las adecuaciones de la planta, dichos activos suman: \$730,00 dólares.

Tabla No 27 Tabla Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS		
Patentes y Permisos	\$ 30,00	
Gastos Publicidad	\$ 600,00	
Adecuaciones	\$ 100,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 730,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios para poner en funcionamiento la empresa durante su primer ciclo productivo que es desde cuando se inician las operaciones hasta obtener el dinero suficiente para operar sin invertir.

El capital de trabajo se define como la diferencia entre activos corrientes y pasivos corrientes. (Flórez Uribe, 2012)

Puede clasificarse en realizable, disponible y exigible, y corresponde a: materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y gastos administrativos.

Para NutriLunch se ha tomado en cuenta dentro del capital de trabajo la materia prima directa, la mano de obra directa, CIF y gastos administrativos. Dichos datos han sido tomados en cuenta para los dos primeros meses de actividad.

Tabla No 28 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Materia Prima	\$ 3.565,00	
Mano de Obra	\$ 2.127,96	
CIF	\$ 1.148,42	
Gastos Administrativos	\$ 2.886,67	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 9.728,04

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

INVERSION REQUERIDA

Tabla No 29 Total Inversión Requerida

INVERSION TOTAL		
ACTIVOS FIJOS		
Conceptos	Valor	Total
Maquinaria y Equipo de Cocina	\$ 4.130,00	
Menaje de Cocina	\$ 800,00	
Muebles de Oficina	\$ 475,00	
Equipo de Oficina	\$ 218,00	
Equipo de Computación	\$ 350,00	
Vehículo	\$ 8.000,00	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 13.973,00
ACTIVOS DIFERIDOS		
Patentes y Permisos	\$ 30,00	
Gastos Publicidad	\$ 600,00	
Adecuaciones	\$ 100,00	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 730,00
CAPITAL DE TRABAJO		
Materia Prima	\$ 3.565,00	
Mano de Obra	\$ 2.127,96	
CIF	\$ 1.148,42	
Gastos Administrativos	\$ 2.886,67	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 9.728,04
TOTAL INVERSION INICIAL		\$ 24.431,04

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

La inversión total requerida para poner en marcha el negocio es de \$24.431,04 USD.

5.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El financiamiento es el medio con el cual se pretende adquirir los recursos necesarios para iniciar la operación de la empresa.

En el caso de NutriLunch se financiará en su mayoría por ahorros personales y el restante será adquirido mediante un préstamo.

El financiamiento está conformado de la siguiente manera:

- Inversión Propia 70%, que corresponde a la aportación de la persona natural con la cual se creará el RUC de la empresa, los recursos pertenecen a dicha persona y son ahorros propios.
- Crédito 30%, otorgado por un Banco

Tabla No 30 Financiamiento Global del Proyecto

	VALOR	PORCENTAJE
TOTAL INVERSIÓN	\$ 24.431,04	100%
Aporte Dueño	\$ 17.431,04	71%
FINANCIAMIENTO	\$ 7.000,00	29%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

5.3. PRESUPUESTO DE VENTAS

El presupuesto de ventas se ha realizado conforme las proyecciones de ventas para los próximos cinco años de vida de la empresa.

Tabla No 31 Ventas Presupuestadas

VENTAS PRESUPUESTADAS					
Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	13.800	18720	22464	26957	32348
Precio de Venta	\$ 3,90	\$ 4,05	\$ 4,20	\$ 4,35	\$ 4,50
Total Ventas	\$ 53.820,00	\$ 75.816,00	\$ 94.348,80	\$ 117.262,08	\$ 145.566,72

n

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Se ha tomado en cuenta un incremento de las ventas de acuerdo a contratos realizados con empresas y grupos de personas que desearían adquirir los servicios de NutriLunch. De acuerdo a los objetivos se planea un incremento anual de ventas de un 20%. Y de un incremento de ventas del 30% durante el primer año de funcionamiento.

Por el lugar donde va a estar ubicada la empresa, nuestros potenciales clientes serán las siguientes instituciones:

- Acción Ecológica
- Colegio “Gran Colombia”
- IPED (Instituto Pedagógico Manuela Cañizares)
- Instituto de Artes Visuales de Quito

- G&G Importaciones
- Ecuashyri Radio
- CodeSolarCiaLtda

Además se harán convenios con gimnasios y centros estéticos para brindar el servicio alimenticio a sus usuarios.

Dichas empresas no poseen servicio de catering o alimentación dentro de su lugar de trabajo, por lo que se ha visto un gran potencial de ventas de almuerzos saludables para sus trabajadores con el cuál se les ofrecerá un servicio completo y especializado.

5.4. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Para poder determinar el costo total de producción se debe considerar mano de obra directa, materia prima directa y CIF.

NutriLunch tiene el siguiente presupuesto de costos de producción:

Tabla No 32 Presupuesto de Producción

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN							
	Mensual	ANUAL	2015	2016	2017	2018	2019
Mano de Obra Directa							
Cocinero	\$ 414,21	\$ 4.970,50	\$ 4.970,50	\$ 5.392,93	\$ 5.851,25	\$ 6.348,53	\$ 6.888,07
Asistente de Cocina							
Auxiliar	\$ 235,56			\$ 2.696,46	\$ 2.925,63	\$ 3.174,27	\$ 3.444,04
Total Mano de Obra Directa	\$ 649,77	\$ 4.970,50	\$ 4.970,50	\$ 8.089,39	\$ 8.776,88	\$ 9.522,80	\$ 10.332,11
Materia Prima Directa							
Materia Prima	\$ 1.782,50	\$ 21.390,00	\$ 21.390,00	\$ 30.118,61	\$ 37.515,74	\$ 46.729,60	\$ 58.206,39
Total Materia Prima Directa	\$ 1.782,50	\$ 21.390,00	\$ 21.390,00	\$ 30.118,61	\$ 37.515,74	\$ 46.729,60	\$ 58.206,39
Costos Indirectos de fabricación							
Mano de Obra Indirecta	\$ 414,21	\$ 4.970,50	\$ 4.970,50	\$ 5.392,93	\$ 5.851,25	\$ 6.348,53	\$ 6.888,07
Materia Prima Indirecta	\$ 70,00	\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 871,92	\$ 905,05	\$ 939,44	\$ 975,14
Gasolina	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 498,24	\$ 517,17	\$ 536,83	\$ 557,23
Gas Industrial	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 622,80	\$ 646,47	\$ 671,03	\$ 696,53
Total CIF	\$ 574,21	\$ 6.890,50	\$ 6.890,50	\$ 7.385,89	\$ 7.919,94	\$ 8.495,83	\$ 9.116,97
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 3.006,48	\$ 33.251,00	\$ 33.251,00	\$ 45.593,88	\$ 54.212,56	\$ 64.748,23	\$ 77.655,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

5.5. PRESUPUESTO DE GASTOS

Dentro de este presupuesto se incluyen todos aquellos gastos que surgen en el negocio y para la proyección se ha usado una inflación promedio del 3.8%. Para las proyecciones de sueldos y salarios se ha utilizado un incremento del 8,5%.

Tabla No 33 Presupuestos de Gastos

Año	Salario Básico	Incremento en dólares	Incremento %
2009	\$ 218,00		
2010	\$ 240,00	\$ 22,00	9,17%
2011	\$ 264,00	\$ 24,00	9,09%
2012	\$ 292,00	\$ 28,00	9,59%
2013	\$ 318,00	\$ 26,00	8,18%
2014	\$ 340,00	\$ 22,00	6,47%
Incremento Promedio			8,50%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

El porcentaje de incremento del salario básico fue realizado en base a los cinco últimos incrementos anuales. De igual manera el cálculo de la inflación se obtuvo de un promedio de los últimos 5 años en el país.

Tabla No 34 Inflación Proyectada

Año	Inflación Anual
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3%
Incremento Promedio	3,8%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

El presupuesto de gastos administrativos se incluye valores contraídos dentro de la gestión de la organización. Dentro de estos se encuentran gastos de personal, servicios prestados, servicios básicos, publicidad, entre otros.

En NutriLunch se han definido de la siguiente manera las proyecciones para los próximos cinco años de dichos gastos:

Tabla No 35 Presupuestos de Gastos Administrativos

PRESUPUESTO GASTOS ADMINISTRATIVOS						
DESCRIPCIÓN	MENSUAL	2015	2016	2017	2018	2019
Arriendo	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 6.000,00
Publicidad	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 747,36	\$ 775,76	\$ 805,24	\$ 835,84
Utiles de limpieza	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 186,84	\$ 193,94	\$ 201,31	\$ 208,96
Suministros de Oficina	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 186,84	\$ 193,94	\$ 201,31	\$ 208,96
Servicios Básicos	\$ 130,00	\$ 1.560,00	\$ 1.619,28	\$ 1.680,81	\$ 1.744,68	\$ 1.810,98
Gastos Administrativos de personal	\$ 703,33	\$ 8.440,00	\$ 9.157,29	\$ 9.935,53	\$ 10.779,92	\$ 11.696,07
Gastos servicios prestados (nutricionista)	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.494,72	\$ 1.551,52	\$ 1.610,48	\$ 1.671,68
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.443,33	\$ 17.320,00	\$ 18.192,33	\$ 19.731,51	\$ 20.742,94	\$ 22.432,48

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** Ana Bernal

5.6. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.6.1. Estado de Situación Financiera Inicial

El Estado de Situación Financiera Inicial es también llamado Balance General o de Situación y refleja la situación de los activos, pasivos y patrimonio de una empresa al inicio de sus actividades.

NutriLunch tendrá un Activo Inicial de \$24.431,04, en donde se agrupan activos corrientes, fijos y diferidos. El Pasivo Inicial será de \$7.000,00 y tendrá un patrimonio de \$17.431,04.

A continuación se presenta el Estado de Situación Inicial de NutriLunch, al empezar sus operaciones:

Tabla No 36 Estado De Situación Inicial

NutriLunch			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Caja/Bancos	\$ 9.728,04	Impuesto a la Renta por pagar	
Total Activos Corrientes	\$ 9.728,04	Participación Trabajadores por pagar	
ACTIVOS FIJOS		TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ 4.130,00	PASIVOS A LARGO PLAZO	
Equipo de Computación	\$ 350,00	Préstamo	\$ 7.000,00
Equipos de Oficina	\$ 218,00	TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO	\$ 7.000,00
Muebles de Oficina	\$ 475,00	TOTAL PASIVOS	\$ 7.000,00
Menaje de Cocina	\$ 800,00	PATRIMONIO	
Vehículo	\$ 8.000,00	Capital Social	\$ 17.431,04
(-) Depreciación Acumulada		Utilidades/Pérdida	
Total Activos Fijos	\$ 13.973,00	Utilidades/Pérdida acum ejercicios anteriores	
ACTIVOS DIFERIDOS		Reserva Legal	
Patentes y Permisos	\$ 30,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 17.431,04
Gastos Publicidad Inicial	\$ 600,00		
Adecuaciones	\$ 100,00		
(-) Amortización Acumulada			
Total Activos Diferidos	\$ 730,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 24.431,04	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 24.431,04

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

5.6.2. Estado de Resultado Integral Proyectado

El Estado de Resultados Integral incluye todos aquellos ingresos y egresos, durante un periodo determinado y muestra la utilidad o pérdida que se ha generado en el transcurso de sus operaciones.

NutriLunch obtiene utilidad neta en todos los periodos proyectados, lo que indica que es una empresa rentable, ya que su utilidad aumenta de un año a otro.

El Estado de Resultados Integral Proyectado para los próximos cinco años es el siguiente:

Tabla No 37 Estado de Resultados Proyectado

NutriLunch						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
INGRESOS		2015	2016	2017	2018	2019
Ventas		\$ 53.820,00	\$ 75.816,00	\$ 94.348,80	\$ 117.262,08	\$ 145.566,72
(-) Costo de Ventas		\$ 33.251,00	\$ 45.593,88	\$ 54.212,56	\$ 64.748,23	\$ 58.206,39
(=)Utilidad Bruta		\$ 20.569,00	\$ 30.222,12	\$ 40.136,24	\$ 52.513,85	\$ 87.360,33
GASTOS						
Gastos de Operación						
Sueldos y salarios		\$ 8.440,00	\$ 9.157,29	\$ 9.935,53	\$ 10.779,92	\$ 11.696,07
Servicios Básicos		\$ 1.560,00	\$ 1.619,28	\$ 1.680,81	\$ 1.744,68	\$ 1.810,98
Suministros de Oficina		\$ 180,00	\$ 186,84	\$ 193,94	\$ 201,31	\$ 208,96
Utiles de limpieza		\$ 180,00	\$ 186,84	\$ 193,94	\$ 201,31	\$ 208,96
Arriendo		\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 6.000,00
Gastos servicios prestados		\$ 1.440,00	\$ 1.494,72	\$ 1.551,52	\$ 1.610,48	\$ 1.671,68
Gastos de Publicidad		\$ 720,00	\$ 747,36	\$ 775,76	\$ 805,24	\$ 835,84
Total Gastos Administrativos		\$ 17.320,00	\$ 18.192,33	\$ 19.731,51	\$ 20.742,94	\$ 22.432,48
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 3.249,00	\$ 12.029,79	\$ 20.404,73	\$ 31.770,91	\$ 64.927,84
(-) Gastos Financieros		\$ 1.071,00	\$ 763,45	\$ 408,85		
(+) Ingresos Financieros						
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN		\$ 2.178,00	\$ 11.266,34	\$ 19.995,88	\$ 31.770,91	\$ 64.927,84
15% Participación Trabajadores					\$ 4.765,64	\$ 9.739,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 2.178,00	\$ 11.266,34	\$ 19.995,88	\$ 27.005,27	\$ 55.188,67
22% Impuesto a la Renta					\$ 6.211,21	\$ 12.693,39
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO		\$ 2.178,00	\$ 11.266,34	\$ 19.995,88	\$ 20.794,06	\$ 42.495,27
Reserva Legal						\$ 4.249,53
UTILIDAD/PÉDIDA NETA		\$ 2.178,00	\$ 11.266,34	\$ 19.995,88	\$ 20.794,06	\$ 38.245,75

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

5.6.3. Estado de Situación Financiera Proyectado

En el presente estado se muestra la evolución de los activos, pasivos y patrimonio a lo largo del tiempo, en este caso durante los cinco próximos años.

Se puede observar que los activos se incrementan en \$2000,00 en el quinto año, debido a que se adquiere nueva maquinaria adicional de cocina para cumplir con la demanda de NutriLunch.

Tabla No 38 Estado de Situación Financiera Proyectado

	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES					
Caja/Bancos	\$ 12.320,90	\$ 23.694,56	\$ 43.443,15	\$ 77.639,03	\$ 136.464,51
Total Activos Corrientes	\$ 12.320,90	\$ 23.694,56	\$ 43.443,15	\$ 77.639,03	\$ 136.464,51
ACTIVOS FIJOS					
Maquinaria y Equipo	\$ 4.130,00	\$ 4.130,00	\$ 4.130,00	\$ 4.130,00	\$ 6.130,00
Equipo de Computación	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00
Equipos de Oficina	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00	\$ 218,00
Muebles de Oficina	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00
Menaje de Cocina	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Vehículo	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (2.278,97)	\$ (4.557,93)	\$ (6.836,90)	\$ (9.115,86)	\$ (11.594,83)
Total Activos Fijos	\$ 11.694,03	\$ 9.415,07	\$ 7.136,10	\$ 4.857,14	\$ 4.378,17
ACTIVOS DIFERIDOS					
Patentes y Permisos	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Gastos Publicidad Inicial	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Adecuaciones	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (146,00)	\$ (292,00)	\$ (438,00)	\$ (584,00)	\$ (730,00)
Total Activos Diferidos	\$ 584,00	\$ 438,00	\$ 292,00	\$ 146,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 24.598,93	\$ 33.547,63	\$ 50.871,25	\$ 82.642,17	\$ 140.842,68
PASIVOS					
PASIVOS CORRIENTES					
Impuesto a la Renta por pagar			\$ -	\$ 6.211,21	\$ 12.693,39
Participación Trabajadores por pagar			\$ -	\$ 4.765,64	\$ 9.739,18
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 10.976,85	\$ 22.432,57
PASIVOS A LARGO PLAZO					
Préstamo	\$ 4.989,90	\$ 2.672,25	\$ -		
TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO	\$ 4.989,90	\$ 2.672,25	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 4.989,90	\$ 2.672,25	\$ -	\$ 10.976,85	\$ 22.432,57
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 17.431,04	\$ 17.431,04	\$ 17.431,04	\$ 17.431,04	\$ 17.431,04
Utilidades/Pérdida	\$ 2.178,00	\$ 11.266,34	\$ 19.995,88	\$ 20.794,06	\$ 42.495,27
Utilidades/Pérdida acum ejercicios anteriores		\$ 2.178,00	\$ 13.444,34	\$ 33.440,21	\$ 54.234,27
Reserva Legal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.249,53
TOTAL PATRIMONIO	\$ 19.609,04	\$ 30.875,38	\$ 50.871,26	\$ 71.665,32	\$ 118.410,12
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 24.598,94	\$ 33.547,63	\$ 50.871,26	\$ 82.642,16	\$ 140.842,69

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Ana Bernal

5.7. FLUJO DE CAJA

El Flujo de caja es un estado donde se colocan las variaciones de entradas y salidas de efectivo de una empresa en un determinado periodo.

El flujo de caja indica la liquidez que tiene la empresa, ya que presenta información sobre todos los ingresos y egresos.

NutriLunch presenta un flujo de caja con flujos de efectivos positivos, lo que indica que la empresa está en capacidad de cumplir con sus obligaciones contraídas y generar utilidad de igual manera.

El Flujo de Caja de NutriLunch es el siguiente:

Tabla No 39 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
ENTRADAS DE EFECTIVO						
Ventas Proyectadas		\$ 53.820	\$ 75.816	\$ 94.349	\$ 117.262	\$ 145.567
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO		\$ 53.820	\$ 75.816	\$ 94.349	\$ 117.262	\$ 145.567
SALIDAS DE EFECTIVO						
Gastos Operacionales		\$ 33.251	\$ 45.594	\$ 54.213	\$ 64.748	\$ 58.206
EGRESOS OPERACIONALES		\$ 33.251	\$ 45.594	\$ 54.213	\$ 64.748	\$ 58.206
Gastos Administrativos		\$ 17.320	\$ 18.192	\$ 19.732	\$ 20.743	\$ 22.432
EGRESOS ADMINISTRATIVOS		\$ 17.320	\$ 18.192	\$ 19.732	\$ 20.743	\$ 22.432
PARTICIPACION TRABAJADORES POR PAGAR		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.766	\$ 9.739
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 6.211	\$ 12.693
EGRESOS POR IMPUESTOS		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 10.977	\$ 22.433
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO		\$ 50.571	\$ 63.786	\$ 73.944	\$ 96.468	\$ 103.071
TOTAL ENTRADAS - SALIDAS DE EFECTIVO		\$ 3.249	\$ 12.030	\$ 20.405	\$ 20.794	\$ 42.495
INVERSIONES	\$ 24.431,04					\$ 2.000
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS	\$ 24.431,04	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2.000
FLUJO DE CAJA DESPUES DE INVERSIONES EN ACTIVOS	\$ (24.431,04)	\$ 3.249	\$ 12.030	\$ 20.405	\$ 20.794	\$ 40.495
FLUJO DE CAJA	\$ (24.431,04)	\$ 3.249	\$ 12.030	\$ 20.405	\$ 20.794	\$ 40.495

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

5.8. DETERMINACIÓN TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento sirve para llevar a valor presente los flujos netos de efectivo, y poder de ésta manera hacer valoraciones. Indica al inversionista si es adecuado invertir o no en determinado proyecto, o a su vez realizar otro tipo de inversión.

La Tasa de descuento representa el costo de oportunidad que adquiere el inversionista al invertir su dinero en un determinado proyecto en lugar de otro, es decir es la mínima rentabilidad que el inversionista estaría dispuesto a ganar.

Se ha calculado la tasa de la siguiente manera:

Tabla No 40 Cálculo de Tasa de Descuento

COSTO DE CAPITAL

	\$	%	T.E	TASA
INVERSIÓN	17.431	71,35%	15,00%	10,70%
PRÉSTAMO	7.000	28,65%	15,30%	4,38%
TASA PONDERADA DEL PROYECTO	24.431	100,00%		15,09%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

5.9. VA (VALOR ACTUAL)

El valor actual de un proyecto es la rentabilidad absoluta neta de los flujos futuros de una empresa llevados al futuro, sin disminuir la inversión inicial.

Para calcula el VA (Valor Neto) se utilizó la siguiente fórmula:

$$VA = \frac{\text{Flujo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo año 5}}{(1+i)^5}$$

$$VA = 3249 / (1 + 15.09\%)^1 + 12.030 / (1 + 15.09\%)^2 + 20.405 / (1 + 15.09\%)^3 + 20794 / (1 + 15.09\%)^4 + 40.495 / (1 + 15.09\%)^5$$

$$VA = \$57.204.$$

5.10. VAN (VALOR ACTUAL NETO)

El Valor actual Neto es un método de valoración de inversiones, que consiste en llevar a valor presente todos los flujos de caja de la empresa. Se recomienda realizar la inversión si el VAN es positivo o en ciertos casos si en VAN es negativo pero en ínfima cantidad en relación a la inversión inicial.

El VAN es un indicador financiero importante que obtiene llevando a valor presente los flujos netos de rentabilidad de un proyecto, una vez descontada la inversión inicial.

Para el cálculo del VAN se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\text{Flujo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo año 5}}{(1+i)^5} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 3249 / (1 + 15.09\%)^1 + 12.030 / (1 + 15.09\%)^2 + 20.405 / (1 + 15.09\%)^3 + 20794 / (1 + 15.09\%)^4 + 40.495 / (1 + 15.09\%)^5 - 24.431.04$$

$$VAN = \$32.773,00$$

El VAN que arroja este proyecto es de \$32.773,00 es decir que se demuestra que el proyecto es viable y refleja la rentabilidad del mismo, así como brinda la seguridad a los inversionistas de recuperar su inversión y generar ganancias.

Tabla No 41 VAN del Proyecto

TASA DE DESCUENTO	15,09%
VA	\$ 57.204
VAN	\$ 32.773
TIR	47,23%
COSTO BENEFICIO	2,34

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ana Bernal

5.11. TIR

El TIR es la tasa de interés más alta que el inversionista o dueño de la empresa estaría dispuesto a pagar sin perder su dinero. Representa el máximo rendimiento real de la inversión.

Se define al TIR como la tasa de descuento a la cual los flujos de efectivo futuros, traídos a valor presente se equiparan a la inversión inicial.

$$VAN= 0 = \frac{\text{Flujo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo año 5}}{(1+i)^5} - \text{Inversión}$$

$$0= 3249/(1+i)^1 + 12.030/(1+i)^2 + 20.405/(1+i)^3 + 20794/(1+i)^4 + 40.495/(1+i)^5 - 24.431.04$$

$$i= 47.23\%$$

Si la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento se considera aceptar el proyecto, caso contrario se rechaza.

En NutriLunch el TIR es de 47,23%, lo que indica que dicha tasa es mayor a la tasa de descuento calculada, por consiguiente se acepta el proyecto.

5.12. RAZÓN BENEFICIO COSTO

Ésta razón es un indicador que mide el grado de bienestar y desarrollo que un proyecto puede brindar.

Si el resultado es mayor a 1, significa que los ingresos netos son mayores a los egresos netos, si el resultado fuera 1, los ingresos se igualan a los egresos, por tanto sería indiferente ejecutar o no dicho proyecto.

La razón costo beneficio equivale al valor actual para la inversión inicial. En este caso la razón del proyecto es de \$2,34, es decir que el proyecto genera \$2,34 por cada dólar invertido sobre la tasa de descuento, por lo tanto el proyecto es viable.

Tabla No 42 Razón Costo Beneficio

RAZÓN COSTO BENEFICIO	
	Total
VALOR ACTUAL	57.204
INVERSIÓN	24.431

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Ana Bernal

Razón Costo Beneficio = Valor Actual / Inversión Inicial

Razón Costo Beneficio = \$57.204 / \$24.431

Razón Costo Beneficio = \$2.34.

5.13. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es fundamental en todo proyecto para el inversionista conocer cuál es el periodo de recuperación de la inversión.

Tabla No 43 Recuperación de la Inversión

RECUPERACION DE LA INVERSIÓN DEL INVERSIONISTA

PERÍODOS	SALDO INICIAL DE INVERSIÓN	FLUJO FINAL	VA (FLUJO FINAL)
0	-\$ 24.431		
1	-\$ 21.608	\$ 3.249	\$ 2.823
2	-\$ 12.525	\$ 12.030	\$ 9.083
3	\$ 861	\$ 20.405	\$ 13.386
4	\$ 12.715	\$ 20.794	\$ 11.854
5	\$ 32.772,96	\$ 40.495	\$ 20.058

Elaborado por Ana Bernal

Fuente: Investigación propia

El PRI permite medir al inversionista el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su inversión inicial.

La recuperación total de la inversión será al tercer año y dos meses. Esto indica que el proyecto es rentable, porque no demora mucho tiempo en recuperar el dinero invertido.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- La industria alimenticia en el Ecuador ha tenido un gran auge en los últimos años a pesar de que en otros países el catering y la industria alimenticia en general ya se había desarrollado siglos antes. Sin embargo en nuestro país ya existen varias empresas creadas dedicadas al catering, y la gran mayoría se dedica atender eventos sociales y banquetes, y otro grupo más pequeño de empresas se dedica a brindar alimentación a empresas y hospitales.
- En la ciudad de Quito específicamente existe gran variedad de opciones al momento de escoger lugares para comer, ha crecido el número de restaurantes y franquicias de comida rápida en la capital, con esto la gente ha visto fácil el acceso ya que muchas quedan en centros comerciales y zonas céntricas, pero a su vez se ha incrementado el número de enfermedades relacionadas con la mala alimentación.
- Varios estudios realizados determinan que enfermedades crónicas que sufre hoy en día la población se debe a la mala alimentación a lo largo de la vida, por ejemplo la Diabetes, la Hipertensión y la obesidad, siendo ésta última causa primordial de las demás.

- En el país se ha podido observar que los nuevos estilos de vida de las personas y principalmente en ciudades grandes como Quito y Guayaquil ocasionan el consumo de dietas poco saludables, ya que el ritmo de vida y el escaso tiempo dificultan el preparar alimentos sanos.
- No existen en el país empresas dedicadas exclusivamente a prestar servicios de alimentación a personas con estas enfermedades y para aquellas que deseen prevenir las mismas.
- De igual manera tampoco existen empresas especializadas para cubrir necesidades y requerimientos en cuanto a la alimentación del adulto mayor. Por lo que se ha visto necesario el ofrecer servicios de este tipo.
- Con el estudio de mercado realizado se pudo observar que la mayoría de personas no sabe si los alimentos que consume fuera de casa son elaborados acorde a necesidades nutricionales, sin embargo las personas son conscientes de que una correcta alimentación evitará posibles enfermedades en el futuro.
- Según la encuesta realizada las personas sí estarían dispuestas a utilizar el servicio de alimentación a domicilio para personas con restricciones alimentarias o intolerancias ya que ellas mismas son las que padecen o en sus hogares tienen familiares con dichas enfermedades.

- NutriLunch se crea con la misión de ser una empresa especializada en la preparación de alimentos nutritivos con los más altos estándares de calidad dirigida a personas con restricciones alimentarias y adultos mayores.
- La misión de NutriLunch es llegar a ser la empresa líder en el mercado de catering especializado en el país, para lo cual trabajará en base a objetivos y estrategias concretas a corto y mediano plazo para cumplirla.
- De acuerdo al análisis y evaluación financiera se obtuvo una Tasa Interna de Retorno del 47.23%, mayor a la esperada del 15,09%, generando una rentabilidad mayor a la esperada, y por ende el proyecto es viable.
- El VAN arrojado por el proyecto es de \$32.773, es un resultado alto que muestra que el proyecto es viable y genera seguridad a los inversionistas.
- El proyecto demuestra una viabilidad financiera durante el análisis de vida del negocio, ya que la recuperación de la inversión tarda únicamente 3 años, lo cual es un dato muy importante para llevar a cabo la realización del negocio.
- También se observa que el proyecto arroja utilidades desde el primer año de funcionamiento, incrementándose paulatinamente a lo largo del tiempo, de acuerdo a las metas planteadas y a la aplicación de estrategias acordadas al inicio de las operaciones.

6.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar convenios con gimnasios y centros estéticos de cuidado personal y de la salud, ya que los usuarios de dichos lugares son aquellas personas conscientes en cuidar su salud, y estarían dispuestos a adquirir el servicio de NutriLunch.
- NutriLunch también tendrá Delivery, con el objetivo de vender también en el mismo local, de ésta manera las personas que circulen por la calle hacia sus lugares de trabajo o vivienda también puedan adquirir el producto de manera directa y personal.
- El servicio que brindará NutriLunch no será dado a conocer únicamente para personas con enfermedades y restricciones sino también para todas aquellas personas que quieran alimentarse bien y cuidar su salud, sin importar la edad, esto con el fin de ampliar el mercado, y no enfocarse únicamente a aquellas personas que ya padecen de algún problema de salud, es decir también será una alimentación preventiva.
- Al ser NutriLunch la única empresa que brindará de dicho servicio en la ciudad de Quito, específicamente en el sector propuesto, se deberá aprovechar y abarcar el mercado potencial con adecuadas estrategias de marketing.
- Se recomienda de igual manera hacer convenios empresariales con el fin de vender almuerzos en gran volumen, es decir un vender un número alto de

almuerzos por cada empresa, así se aprovechará mejor los recursos como el transporte.

BIBLIOGRAFÍA

1. Alperso, S. B. (2003). *Nutrición*. Madrid: Lippincott Williams y Wilkins.
2. ANDES, A. P. (14 de Noviembre de 2013). *ANDES*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-trabaja-reducir-incidencia-complicaciones-diabetes.html>
3. Atmstrong, K. &. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Education.
4. Brown, J. (2008). *Nutrición en las diferentes etapas de la vida*. México: McGrawHill.
5. Brunser, S. C. (s.f.). *Alergia a los limentos*.
6. CEPAL. (s.f.). Obtenido de <http://www.cepal.org/>
7. Consuelo Boticario Boticario, S. C. (2007). *Nutrición y dietética, Manual de alimentación saludable*. Madrid: UNED.
8. Cuervo, J. P. (2 de Abril de 2013). *Obolog-Servicio de Catering*. Recuperado el 2014, de Obolog: <http://serviciodecatering.obolog.es/historia-desarrollo-catering-2261402>
9. *El Emprendedor*. (19 de Diciembre de 2012). Obtenido de El Emprendedor.ec: <http://www.elemprendedor.ec/como-obtener-el-permiso-de-funcionamiento/>
10. Enríquez, A. (s.f.). http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/5679/1/18238_1.pdf.
11. Eunice Taylor, J. T. (2001). *Fundamentos de la Teoría y Práctica del Catering*. Zaragoza: ACRIBIA SA.
12. FAO, D. d. (24 de Octubre de 2002). <http://www.fao.org/>. Obtenido de Depósitos de Documentos de la FAO:

- [http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s0r.htm#Flórez Uribe, J. A. \(2012\).](http://www.fao.org/docrep/006/w0073s/w0073s0r.htm#Flórez Uribe, J. A. (2012).)
- Plan de Negocio para pequeñas empresas.* Bogotá: Ediciones de la U.
13. INEC. (s.f.). Obtenido de <http://www.inec.gob.ec>
 14. INEC. (2010). *CENEC- Censo Económico.* Quito.
 15. INEC, E. (2011-2013). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición.* Quito.
 16. Ismail, A. (s.f.). *Congresos y Catering: Organización y Ventas.*
 17. Janice Thompson, M. M. (2008). *Nutrición.* Madrid: Pearson.
 18. Jesus Felipe Gallego, R. P. (2008). *Diccionario de Hostelería.* Madrid: Editorial Thompson.
 19. (1999). *Ley de Compañías.*
 20. Mayor, S. N. (s.f.). *SENAMA.* Obtenido de <http://www.senama.cl/>
 21. MSP, M. d. (7 de Septiembre de 2013). *MSP* . Obtenido de <http://www.salud.gob.ec/msp-brinda-atencion-integral-y-sin-previa-cita-a-pacientes-con-pie-diabetico/>
 22. Ronald Kinton, V. C. (2000). *Teoría del Catering.*
 23. Salud, O. O. (Febrero de 2012). *OMS.* Obtenido de <http://www.who.int/features/factfiles/nutrition/es/>
 24. SENC. (9 de Enero de 2013). *Cadena de Salud.* Obtenido de Cadena de Salud: <http://cadenadesalud.com.ar/2013/01/09/piramide-alimenticia-para-adultos-mayores/>

ANEXOS

ANEXO 1: DIETA PARA PERSONAS CON DIABETES

Tiempo de Comida	Grupo de Alimentos	Alimentos
Desayuno	Lácteo	1 taza de leche descremada sin azúcar.
	Carne	1 huevo o 1 rodaja de queso (tamaño caja de fosforo).
	Almidón	1 pan integral, 2 rebanadas de pan integral, 8 galletas pequeñas, ½ taza de cereal de desayuno, 4 rosquillas de agua, 4 bizcochos, ½ plátano verde o maduro.
	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía).
½ Mañana	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía).
	Almidón	½ pan integral, 1 rebanada de pan integral, 4 galletas pequeñas, 2 bizcochos, 1 pan de agua, ½ taza mote cocido.
Almuerzo	Almidón	1 taza de arroz, 1 taza de tallarines o fideos, 1 taza de mote cocido, 2 papas medianas, 1 taza de puré, 1 taza de yuca picada/ ½ taza de arroz + 1 papa pequeña/ ½ taza de arroz + ½ taza de tallarín/ ½ taza de arroz + ½ taza de puré/ ½ taza de arroz + ¼ de taza de menestra de granos secos.
	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de la mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado.
	Verdura	1 ½ taza de verduras cocidas o 3 tazas de verduras crudas

	Grasa	1 cdta de aceite de oliva o girasol para aderezar ensalada.
	Fruta	1 vaso jugo diluido, ½ vaso de jugo espeso sin azúcar.
½ Tarde	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía).
Merienda	Verduras	1 ½ taza de verduras cocidas o 3 tazas de verduras crudas
	Grasa	1 cdta de aceite de oliva o girasol para aderezar ensalada.
	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de la mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado.
	Almidón	½ taza de arroz, 1 papa mediana, ½ taza de tallarín, ½ taza de mote, ½ taza de puré, 1 pastelito de yuca o zanahoria, ¼ verde.

Recomendaciones:

- Fraccionar la alimentación 5 veces al día, consumiendo alimentos cada 3 a 4 horas.
- Realizar actividad física por lo menos 30 minutos por día y mínimo 3 veces a la semana.
- No consumir más de 5 sobres de edulcorante al día.
- Consumir con moderación alimentos como: plátano seda, chirimoya, zapote, mango, manzana, uvas, capulí y remolacha.
- Preferir cereales integrales.
- Consumir de 6 a 8 vasos de agua diarios.
- Evitar bebidas alcohólicas, jugos artificiales y bebidas carbonatadas (gaseosas).
- Evitar preparaciones fritas, rebozadas o apanadas y preferir a la plancha, al horno, asados, estofados

Alimentos Restringidos: Azúcar blanca y morena, miel de abeja, mermelada, dulces, frutas enlatadas, productos de repostería, galletas dulces, embutidos, grasa visible en las carnes, manteca, mayonesa.

ANEXO 2: DIETA PARA PERSONAS CON HIPERTENSIÓN

Tiempo de Comida	Grupo de Alimentos	Alimentos
Desayuno	Lácteo	1 taza de leche semidescremada
	Carne	1 huevo o 1 rodaja de queso bajo en sal (tamaño y grosor de un carnet o de la cedula).
	Almidón	1 pan integral, 2 rebanadas de pan integral, 8 galletas pequeñas de dulce, ½ taza de cereal de desayuno, 4 rosquillas de agua, 4 bizcochos, ½ plátano verde o maduro.
	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía), 12 unidades de uvas.
½ Mañana	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada, 12 unidades de uvas.
	Almidón	½ pan integral, 1 rebanada de pan integral, 4 galletas pequeñas de dulce, 2 bizcochos, 1 pan de agua, ½ taza mote cocido.
Almuerzo	Almidón	1 ½ taza de arroz, 1 ½ taza de tallarines o fideos, 1 ½ taza de mote cocido, 3 papas pequeñas, 1 ½ taza de puré, 1 taza de yuca picada/ 1 taza de arroz + 1 papa pequeña/ 1 taza de arroz + ½ taza de tallarín/ 1 taza de arroz + ½ taza de puré/ 1 taza de arroz + ¼ de taza de menestra de granos secos.
	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de la mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado.
	Verdura	1 taza de verduras cocidas o 2 tazas de verduras crudas
	Grasa	1 cucharadita de aceite de oliva o girasol
	Fruta	1 vaso jugo diluido, ½ vaso de jugo espeso.

½ Tarde	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía).
	Almidón	½ pan integral, 1 rebanada de pan integral, 4 galletas pequeñas de dulce, 2 bizcochos, 1 pan de agua, 1 tz de canguil.
Merienda	Verduras	1 taza de verduras cocidas o 2 tazas de verduras crudas
	Grasa	1 cucharadita de aceite de oliva o girasol.
	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de ½ palma de la mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado.
	Almidón	1 taza de arroz, 2 papas pequeñas, 1 taza de tallarín, 1 taza de mote, 1 taza de puré, 2 pastelitos de yuca o zanahoria, ½ verde o maduro.

Recomendaciones:

- Realizar actividad física por lo menos 30 minutos por día y mínimo 3 veces a la semana.
- Preferir cereales integrales.
- Consumir de 6 a 8 vasos de agua al día.
- Consumir alimentos ricos en potasio como: kiwi, naranja, durazno, ciruelas pasas, guineo, acelga, col, espinaca, tomate, aguacate, remolacha, leguminosas secas.
- Evitar bebidas alcohólicas, jugos artificiales y bebidas carbonatadas (gaseosas).
- Evitar preparaciones fritas, rebozadas o apanadas y preferir a la plancha, al horno, asados, estofados
- No agregar sal a las comidas, ni sal al agua que usa para cocinar pasta.

Alimentos Restringidos: Sal de mesa, salsas comerciales, cubos de carne, condimentos artificiales, enlatados, conservas, embutidos, productos ahumados, grasa visible en las carnes, manteca.

ANEXO 3: DIETA PARA PERSONAS CON OBESIDAD

Tiempo de Comida	Grupo de Alimentos	Alimentos
Desayuno	Lácteo	1 taza de leche descremada
	Carne	1 huevo o 1 rodaja de queso (tamaño caja de fosforo).
	Almidón	1 pan integral, 2 rebanadas de pan integral, 8 galletas pequeñas, ½ taza de cereal de desayuno, 4 rosquillas de agua, 4 bizcochos, ½ plátano verde o maduro.
	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía), 12 unidades de uvas.
½ Mañana	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja etc.; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada, 12 unidades de uvas.
Almuerzo	Almidón	1 Taza de arroz, 1 taza de tallarines o fideos, 1 taza de mote cocido, 2 papas pequeñas, 1 taza de puré, 1 taza de yuca picada/ ½ taza de arroz + 1 papa pequeña/ ½ taza de arroz + ½ taza de tallarín/ ½ taza de arroz + ½ taza de puré/ ½ taza de arroz + ¼ de taza de menestra de granos secos.
	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de la palma de mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado.
	Verdura	1 ½ taza de verduras cocidas o 3 tazas de verduras crudas
	Grasa	1 cucharadita de aceite de oliva o girasol para aderezo de ensaladas.
	Fruta	1 vaso de jugo diluido o ½ vaso de jugo espeso sin azúcar.
½ Tarde	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía).

Merienda	Almidón	½ taza de arroz, 1 papa mediana, ½ taza de tallarín, ½ taza de mote, ½ taza de puré, 1 pastelito de yuca o zanahoria, ¼ verde.
	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de ½ palma de la mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado.
	Verduras	1 taza de verduras cocidas o 2 tazas de verduras crudas
	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya, melón, sandía).

Recomendaciones:

- **Fraccionar la alimentación 5 veces al día, consumiendo alimentos cada 3 a 4 horas.**
- **Realizar actividad física por lo menos 30 minutos por día y al menos 3 veces a la semana.**
- **Consumir de 6 a 8 vasos de agua por día.**
- **Utilizar edulcorante, pero no más de 5 sobres al día.**
- **Preferir cereales integrales.**
- **Realizar preparaciones a la plancha, asados, al jugo, al horno, evitando frituras.**
- **Evitar azúcar blanca y morena, miel, productos de repostería, flan, pudín, merengue, mantequilla, margarina, salsas comerciales, condimentos artificiales.**
- **Evitar consumir grasas de carne, piel de pollo, mantecas, vísceras y embutidos.**
- **Evitar bebidas alcohólicas, jugos artificiales y bebidas carbonatadas (gaseosas).**

ANEXO 4: DIETA PARA PERSONAS ADULTAS MAYORES

Tiempo de Comida	Grupo de Alimentos	Alimentos
Desayuno	Lácteo	1 taza de leche deslactosada
	Carne	1 huevo o 1 rodaja de queso (tamaño caja de fosforo).
	Almidón	1 pan redondo integral, 2 rebanadas de pan integral, ½ taza de cereal de desayuno, 4 rosquillas de agua, 4 bizcochos, ½ plátano verde o maduro.
	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya), 12 unidades de uvas, (Preparaciones de consistencia blanda como: puré, compota, papillas en caso de presentar problemas de masticación).
½ Mañana	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada, 12 unidades de uvas. (Preparaciones de consistencia blanda como: puré, compota, papillas en caso de presentar problemas de masticación).
Almuerzo	Almidón	½ pan redondo integral, 1 rebanada de pan integral, 4 galletas pequeñas, 2 bizcochos, 1 pan de agua, ½ tz mote cocido.
	Almidón	1 taza de arroz, 1 taza de tallarines o fideos, 1 taza de mote cocido, 2 papas medianas, 1 taza de puré, 1 taza de yuca picada/ ½ taza de arroz + 1 papa pequeña/ ½ taza de arroz + ½ taza de tallarín/ ½ taza de arroz + ½ taza de puré.
	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de la palma de mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado (en el caso de ser carne de res desmenuzar o servir en trozos pequeños).
	Verdura	1 ½ taza de verduras cocidas o 3 tazas de verduras

		crudas.
	Fruta	1 vaso de jugo diluido o ½ vaso de jugo espeso + 2 cucharaditas de leche en polvo.
½ Tarde	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, preparadas en forma de compota o pure de fruta mandarina, etc; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya). (Preparaciones de consistencia blanda como: puré, compota, papillas en caso de presentar problemas de masticación).
	Almidón	½ pan redondo integral, 1 rebanada de pan integral, 2 bizcochos, 1 pan de agua, ½ taza mote cocido, 1 taza de canguil.
	Almidón	1 taza de arroz, 2 papas pequeñas, 1 taza de tallarín, 1 taza de mote, 1 taza de puré, 2 pastelitos de yuca o zanahoria, ½ verde.
Merienda	Carne	1 presa de pollo, 1 filete del porte de ½ palma de la mano y grosor del dedo meñique de cualquier carne o pescado. (En el caso de ser carne de res desmenuzar o servir en trozos pequeños).
	Verduras	1 taza de verduras cocidas o 2 tazas de verduras crudas
	Fruta	1 unidad (pera, manzana, durazno, mandarina, naranja; ½ unidad de guineo, ½ taza de fruta picada (papaya), (Preparaciones de consistencia blanda como: puré, compota, papillas en caso de presentar problemas de masticación).

Recomendaciones:

- **Fraccionar la alimentación 5 veces al día.**
- **Realizar los tiempos de comida cada 3 horas.**
- **Caminar a paso moderado por lo menos 30 minutos al día, mínimo 3 veces por semana.**
- **Beber abundante agua mínimo 8 vasos al día.**

- **Aumentar alimentos ricos en fibra para evitar estreñimiento como frutas con cascara y verduras.**
- **Agregar 2 cucharaditas de leche en polvo en las preparaciones (jugos, sopas).**
- **Agregar 1 clara de huevo a las preparaciones (arroz, fideo, mote, etc).**
- **No consumir más de 3 huevos completos (clara + yema) a la semana.**
- **Evitar alimentos con alto contenido de agua como: sandía, melón, lechuga, rábano, apio, pepinillo.**
- **Disminuir el uso de sal y azúcar en las preparaciones.**
- **Las ensaladas del almuerzo y merienda, aderezar con una cucharadita de aceite de oliva o girasol.**
- **Evitar el consumo de vísceras (hígado, molleja, panza, pata), embutidos, salsas comerciales, colorantes artificiales, condimentos artificiales.**
- **En el caso de que el adulto mayor presente gastritis evitar alimentos irritantes como: bebidas alcohólicas, gaseosas, café, salsas comerciales, alimentos cítricos como mandarina, naranja, kiwi, limón, fresas.**
- **Variar las preparaciones y presentar el plato de una manera atractiva.**

ANEXO 5: ENCUESTA**ENCUESTA**

La siguiente encuesta tiene por objetivo determinar el nivel de aceptación de un nuevo servicio de alimentación en la ciudad de Quito. Por tal motivo, le solicitamos muy comedidamente sírvase contestar la presente encuesta, marcando con una **X** en su respuesta.

GÉNERO FEMENINO ☐ MASCULINO ☐

EDAD ____20-35 ____55-65
 ____35-45 ____Más de 65
 ____45-55

1. ¿Sabe Ud. si los alimentos que consume fuera de casa están correctamente preparados?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Está consciente que una correcta alimentación le evitará posibles enfermedades en el futuro?

SI ☐ NO ☐

3. ¿Tiene en su familia alguien que tenga algún tipo de enfermedad como diabetes, hipertensión, obesidad, etc.?

SI ☐ NO ☐

4. Si contestó afirmativa la pregunta 3, ¿Cuál de las enfermedades descritas tiene su familiar?

___Diabetes

___Hipertensión

___Obesidad

___Otra

Indique cual:.....

5. Si contestó afirmativa la pregunta 3, ¿Qué tipo de comida consume dicha persona?

___Elaborada en casa

___Restaurantes

___Comida Chatarra

___Otra

Indique cual:.....

6. ¿En su familia alguien sufre de algún tipo de alergia o intolerancia a determinado alimento?

SI ☐ NO ☐

Si su respuesta fue afirmativa indique a que

alimento:.....

7. ¿Dentro de su familia hay adultos mayores?

SI ☐ NO ☐

8. Si su respuesta anterior fue afirmativa ¿Quién se encarga de la alimentación del adulto mayor de su familia?

___Familiar

___Ellos mismos

___Restaurantes

___Asilos

___Otros

Indique cual:.....

9. ¿Si existiera una empresa que brindara el servicio de alimentación diaria a domicilio a personas con restricciones alimentarias (por enfermedad, alergias o intolerancias) estaría dispuesto a utilizar dichos servicios?

SI ☐ NO ☐

10. ¿Si existiera una empresa que le brindara el servicio de alimentación a domicilio para las personas mayores de su hogar de una manera segura, higiénica y cómoda, estaría dispuesto a pagar por dicho servicio?

SI ☐ NO ☐

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio (almuerzo) a domicilio diariamente?

\$3.00-\$4.00___

\$4.01-\$5.00___

\$5.01-\$6.00___

\$6.01- en adelante___

12. ¿Cuántas veces por semana utilizaría éste servicio?

Una vez a la semana_____

Dos veces por semana_____

Más de dos días a la semana_____

13. ¿Cómo le gustaría recibir información nutricional sobre estas dietas?

Correo Electrónico_____

Redes Sociales_____

Radio_____

Prensa Escrita_____

Otros_____

Indique cual:.....

Muchas gracias por su ayuda

ANEXO 6: DISEÑO ENTREVISTAS**DISEÑO DE ENTREVISTA (Dueño de empresa de Catering)****Preguntas:**

1. ¿Cuál es su apreciación sobre la industria alimenticia en el Ecuador?
2. ¿Cuáles fueron sus motivaciones para emprender?
3. ¿Cuáles con las ventajas del sector?
4. ¿Cuáles con las desventajas del sector?
5. ¿Cuál es su principal competencia?
6. ¿Qué le caracteriza a su servicio comprado con otras empresas similares?

DISEÑO DE ENTREVISTA (Estudiante de Nutrición)**Preguntas:**

1. ¿Qué debe contener una dieta para que sea saludable?
2. ¿Cómo debe alimentarse el adulto mayor?
3. ¿Cuáles son los principales problemas que sufren las personas en cuanto a la mala alimentación?
4. ¿Cómo debería ser la alimentación de un adulto mayor?
5. ¿Cómo debería ser la alimentación de una persona con Diabetes, Hipertensión, Sobrepeso?
6. Que recomendaciones daría a las personas para llevar un estilo alimentario saludable

DISEÑO DE ENTREVISTA (Adulto Mayor)

Preguntas:

1. ¿Padece de algún tipo de enfermedad?
2. ¿Atribuye a la mala alimentación dicha dolencia?
3. ¿Qué hábitos ha ocasionado que tome dicha enfermedad?
4. ¿Quién prepara sus alimentos?
5. ¿Qué considera deba tener un servicio alimenticio para el adulto mayor?

ANEXO 7: ACTIVOS FIJOS

Maquinaria y Equipos			
Cant	Detalle	Valor total	Valor Unitario
1	Cocina industrial 4 quemadores y horno	\$ 2.100,00	
1	Campana Extractora	\$ 400,00	
1	Pozo lavavajillas	\$ 250,00	
1	Congelador industrial	\$ 800,00	
2	Mesa de Trabajo de acero	\$ 200,00	\$ 100,00
1	Horno	\$ 180,00	
2	Tanques de gas	\$ 140,00	\$ 70,00
1	extintor	\$ 60,00	
	TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 4.130,00	

Muebles y Enseres			
Cant	Detalle	Valor total	Valor Unitario
1	Modulares	\$ 215,00	\$ 215,00
2	Esritorios	\$ 150,00	\$ 75,00
2	Sillas	\$ 50,00	\$ 25,00
1	Archivadores	\$ 60,00	\$ 60,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES	\$ 475,00	

Menaje de Cocina			
Cant	Detalle	Valor total	Valor Unitario
3	Jarras medidoras	\$ 25,89	\$ 8,63
5	contenedores	\$ 17,50	\$ 3,50
5	Recipientes almacenamiento	\$ 30,00	\$ 6,00
5	cucharetas acero inoxidable	\$ 15,00	\$ 3,00
1	Rallador	\$ 8,94	\$ 8,94
1	Bandejas de horno	\$ 15,00	\$ 15,00
5	ollas de aluminio	\$ 347,50	\$ 69,50
2	sartenes de aluminio	\$ 63,60	\$ 31,80
5	cacerolas	\$ 133,75	\$ 26,75
2	batidores manuales	\$ 6,88	\$ 3,44
1	espátula	\$ 6,94	\$ 6,94
2	majador de papas	\$ 14,00	\$ 7,00
2	termómetros	\$ 43,00	\$ 21,50
2	pelador papas y verduras	\$ 6,00	\$ 3,00
c/n	Cuchillos	\$ 50,00	
10	Bowls	\$ 16,00	\$ 1,60
	TOTAL HERRAMIENTAS	\$ 800,00	

Vehículo			
Cant	Detalle	Valor total	Valor Unitario
1	Vehículo	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
	TOTAL VEHÍCULOS	\$ 8.000,00	

Equipo de Computación			
Cant	Detalle	Valor total	Valor Unitario
1	computador	\$ 350,00	\$ 350,00
	TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 350,00	

Equipo de Oficina			
Cant	Detalle	Valor total	Valor Unitario
1	Telefono	\$ 18,00	\$ 18,00
1	Impresora- copiadora- scanner	\$ 150,00	
c/n	Material de oficina	\$ 50,00	
	TOTAL EQUIPO DE OFICINA	\$ 218,00	

ANEXO 8: CAPITAL DE TRABAJO

Inflación	3,80%	Incremento Salarial	8,50%
-----------	-------	---------------------	-------

CAPITAL DE TRABAJO						
DETALLE	MENSUAL	2015	2016	2017	2018	2019
MANO DE OBRA						
Mano de Obra Directa	\$ 1.063,98	\$ 12.767,75	\$ 13.853,01	\$ 15.030,51	\$ 16.308,11	\$ 17.694,30
TOTAL MANO DE OBRA	\$ 1.063,98	\$ 12.767,75	\$ 13.853,01	\$ 15.030,51	\$ 16.308,11	\$ 17.694,30
MATERIA PRIMA						
Materia Prima Directa	\$ 1.782,50	\$ 21.390,00	\$ 22.202,82	\$ 23.046,53	\$ 23.922,30	\$ 24.831,34
TOTAL MATERIA PRIMA	\$ 1.782,50	\$ 21.390,00	\$ 22.202,82	\$ 23.046,53	\$ 23.922,30	\$ 24.831,34
CIF						
Mano de Obra Indirecta	\$ 414,21	\$ 4.970,50	\$ 5.392,99	\$ 5.851,40	\$ 6.348,77	\$ 6.888,41
Materia Prima Indirecta	\$ 70,00	\$ 840,00	\$ 871,92	\$ 905,05	\$ 939,44	\$ 975,14
Gasolina	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 498,24	\$ 917,17	\$ 952,03	\$ 988,20
Gas Industrial	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 622,80	\$ 646,47	\$ 671,03	\$ 696,53
TOTAL CIF	\$ 574,21	\$ 6.890,50	\$ 7.385,95	\$ 8.320,09	\$ 8.911,27	\$ 9.548,29
GASTOS ADMINISTRATIVOS						
Arriendo	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 4.982,40	\$ 5.171,73	\$ 5.368,26	\$ 5.572,25
Publicidad	\$ 60,00	\$ 720,00	\$ 747,36	\$ 775,76	\$ 805,24	\$ 835,84
Utiles de limpieza	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 186,84	\$ 193,94	\$ 201,31	\$ 208,96
Suministros de Oficina	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 186,84	\$ 193,94	\$ 201,31	\$ 208,96
Servicios Básicos	\$ 130,00	\$ 1.560,00	\$ 1.619,28	\$ 1.680,81	\$ 1.744,68	\$ 1.810,98
Gastos Administrativos de personal	\$ 703,33	\$ 8.440,00	\$ 9.157,40	\$ 9.157,40	\$ 9.157,40	\$ 9.157,40
Gastos servicios prestados	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.494,72	\$ 1.551,52	\$ 1.610,48	\$ 1.671,68
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.443,33	\$ 17.320,00	\$ 18.374,84	\$ 18.725,10	\$ 19.088,68	\$ 19.466,06
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.864,02	\$ 58.368,25	\$ 61.816,62	\$ 65.122,23	\$ 68.230,35	\$ 71.539,99
	Mensual	Anual				

ANEXO 9: TABLA AMORTIZACIÓN

Crédito de Consumo Tiempo del préstamo a financiar 3
 Interés 15,30% Tasa Activa al 31 de octubre 2014
 Consumo

TABLA DE AMORTIZACIÓN

AÑO	PORCIÓN DEL CAPITAL	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO DEL CAPITAL
1	\$ 7.000,00	\$ 2.010,10	\$ 1.071,00	\$ 3.081,10	\$ 4.989,90
2	\$ 4.989,90	\$ 2.317,65	\$ 763,45	\$ 3.081,10	\$ 2.672,25
3	\$ 2.672,25	\$ 2.672,25	\$ 408,85	\$ 3.081,10	\$ -
	TOTAL	\$ 7.000,00	\$ 2.243,31	\$ 9.243,31	

ANEXO 10: MANO DE OBRA**MANO DE OBRA DIRECTA****SUELDOS**

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
Cocinero	\$ 343,00	\$ 4.116,00	\$ 854,50	\$ 4.970,50	\$ 414,21
Asistente de Cocina	\$ 343,00	\$ 4.116,00	\$ 854,50	\$ 4.970,50	\$ 414,21
Auxiliar	\$ 171,50	\$ 2.058,00	\$ 768,75	\$ 2.826,75	\$ 235,56
TOTAL	\$ 857,50	\$ 10.290,00	\$ 2.477,75	\$ 12.767,75	\$ 1.063,98

MANO DE OBRA INDIRECTA**SUELDOS**

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
Chofer 1	\$ 171,50	\$ 2.058,00	\$ 427,25	\$ 2.485,25	\$ 207,10
Chofer 2	\$ 171,50	\$ 2.058,00	\$ 427,25	\$ 2.485,25	\$ 207,10
TOTAL	\$ 343,00	\$ 4.116,00	\$ 854,50	\$ 4.970,50	\$ 414,21

SUELDO ADMINISTRATIVOS**SUELDOS**

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL
Gerente General	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 1.240,00	\$ 8.440,00	\$ 703,33
TOTAL	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 1.240,00	\$ 8.440,00	\$ 703,33

ANEXO 11: DEPRECIACION Y AMORTIZACIONES

DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	Valor	PORCENTAJES
Maquinaria y Equipo de Cocina	\$ 4.130,00	10%
Menaje de Cocina	\$ 800,00	10%
Muebles de Oficina	\$ 475,00	10%
Equipo de Oficina	\$ 218,00	10%
Equipo de Computación	\$ 350,00	33,33%
Vehículo	\$ 8.000,00	20,00%

2000

10%

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS	
Amortización a 5 años	20%

DEPRECIACIONES

Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Maquinaria y Equipo de Cocina	\$ 413,00	\$ 413,00	\$ 413,00	\$ 413,00	\$ 613,00
Mensaje de Cocina	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Muebles de Oficina	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50	\$ 47,50
Equipo de Oficina	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80	\$ 21,80
Equipo de Computación	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67	\$ 116,67
Vehículo	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Subtotal	\$ 2.278,97	\$ 2.278,97	\$ 2.278,97	\$ 2.278,97	\$ 2.478,97

AMORTIZACIONES

Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos Publicidad Inicial	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Permiso de Funcionamiento	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Adecuaciones	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Subtotal	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 146,00	\$ 146,00